



22 feb 2019



#Albania

"Albania Una e 2019", Andrea Camaiora a Tg3 Linea Notte

<https://www.youtube.com/watch?v=yetHgs8C6bc&t=202s>



12 mar 2020



<https://www.youtube.com/watch?v=TxMkR1fLpwl&t=50s>



9 apr 2020

The image shows a YouTube video player interface. The video is titled "Litigation PR e Crisis, The Skill a PopEconomy". The video player shows a man in a blue suit speaking, with a background that includes a hexagonal diagram with terms like "LITIGATION PR", "WEB REPUTATION", "BRAND STORYTELLING", and "COMUNICAZIONE STRATEGICA". The video player controls show the video is at 0:38 / 2:16. Below the video player, the title "Litigation PR e Crisis, The Skill a PopEconomy" is displayed, followed by "15 visualizzazioni • 9 apr 2020". Below this, there are icons for liking (0), commenting ("NON MI PIACE"), sharing ("CONDIVIDI"), downloading ("SCARICA"), clipping ("CLIP"), and saving ("SALVA").

Litigation PR e Crisis, The Skill a PopEconomy

15 visualizzazioni • 9 apr 2020

0 NON MI PIACE CONDIVIDI SCARICA CLIP SALVA ...

<https://www.youtube.com/watch?v=9Z3vqxWo5Q8>



20 apr 2020



<https://www.youtube.com/watch?v=t0iBymrDeqQ>

ITALIA SERA

31 mar 2020



<https://www.youtube.com/watch?v=xXingQqjF2g>



15 mar 2021



«Comunicazione e silenzi dell'era Draghi», Andrea Camaiora ospite a «Non Stop News» su RTL 102.5

<https://www.youtube.com/watch?v=O3dHb-ZWCAs>



14 set 2021



<https://www.youtube.com/watch?v=NwvM4TGYTo8>

Maggio 2022

«Occorre una organizzazione dei processi in sanità che inizi a girare per davvero intorno ai pazienti e che tenga conto dei possibili fattori di crisi. La prima risposta all'emergenza Covid è stata difficile perché non era stato predisposto e attuato un adeguato piano di prevenzione del rischio pandemico. Personale sociosanitario e vertici aziendali devono cambiare radicalmente le loro prospettive e immaginare un modo di organizzare e comunicare le emergenze adeguato ai tempi che cambiano».

Questo uno stralcio dell'intervista al quotidiano "Dire" di [Andrea Camaiora](#), autore della seconda edizione del volume dal titolo «Manuale di comunicazione crisi in sanità. Gestione dell'Emergenza, Consenso Dis-Informato e Anticorpi da Covid-19», arricchito dai contributi di esperti del settore come Dario Beretta, Alessandro Boriani, Giovanni Costantino e Cristian Ferrari. Nel saggio viene affrontato il tema della gestione della crisi in ambito sanitario



https://www.linkedin.com/posts/the-skill_occorre-una-organizzazione-dei-processi-activity-6935930260290994176-ivy9?utm_source=linkedin_share&utm_medium=member_desktop_web

Inquinamento PFAS: società idriche chiedono ammissione parte civile

Inquinamento **PFAS**: società idriche chiedono ammissione parte civile A The Skill la gestione della comunicazione Roma, 8 gen. (askanews) - Le quattro società che si occupano di gestione idrica integrata nell'area veneta colpita dall'inquinamento **PFAS** hanno scelto lo studio di comunicazione The Skill - con sede a Roma, Milano e Padova - per la gestione dei riflessi pubblici, mediatici e comunicativi del procedimento giudiziario avviato presso il tribunale di Vicenza. Viacqua, Acquevenete, Acque del Chiampo e Acque Veronesi - informa una nota - hanno infatti presentato al giudice per le udienze preliminari la richiesta di essere ammesse a parte civile contro i presunti responsabili dell'inquinamento ambientale che interessa le province di Vicenza, Verona, Padova e Venezia. Si tratta di un tema delicato, la più significativa vicenda ambientale a livello europeo degli ultimi anni, data l'unicità della tipologia di inquinamento provocato e le possibili ripercussioni sulla salute dei cittadini che, sin dalle prime fasi dell'inchiesta, ha colpito profondamente la popolazione, vedendo la nascita di associazioni di difesa del territorio che hanno catalizzato l'attenzione dei media nazionali e internazionali. È proprio con la consapevolezza della complessità dell'inchiesta e delle sue ripercussioni sull'opinione pubblica, che le quattro società hanno deciso di affidarsi a esperti nel campo delle Litigation pr (vicende mediatico giudiziarie) dopo aver eseguito un beauty contest tra alcune delle più affermate realtà a livello nazionale. La società guidata da Andrea Camaiora ha individuato per seguire il caso un team con alto livello di competenza in ambito giuridico e ambientale coordinato dalla giornalista Roberta Polese e dallo stesso Camaiora. Legali delle quattro società sono il professor Angelo Merlin e gli avvocati Marco Tonellotto e Vittore d'Acquarone. Red/Ssa 20200108T144050Z

PESTE SUINA: CAMAIORA, 'NO A FALSI ALLARMISMI' =

ADN0986 7 CRO 0 ADN CRO NAZ PESTE SUINA: **CAMAIORA**, 'NO A FALSI ALLARMISMI' = Roma, 22 gen. (Adnkronos) - "Di fronte al virus della peste suina africana corriamo il rischio che si propaghino notizie gonfiate che trasformino di nuovo, dopo il Coronavirus, l'Italia nel Grande Malato d'Europa. Una informazione va ripetuta all'infinito: il problema non riguarda la salute degli esseri umani" dice Andrea **CAMAIORA** esperto di comunicazione di crisi, interpellato dall'AdnKronos. "Le decisioni assunte dai ministeri della Salute e dell'Agricoltura sono rassicuranti. Ancora una volta l'Italia mette la salute e la sicurezza alimentare al primo posto ma deve farlo percepire in modo netto e inequivocabile. Ma è importante - incalza - che da parte degli operatori dell'informazione ci sia la massima responsabilità perché rischia di farne le spese un giro di affari (e di posti di lavoro) colossale che colpirebbe uno dei nostri settori di maggior pregio. La chiave della risposta al problema resta oggi più che mai la prevenzione. Ha ragione il presidente di Coldiretti, Ettore Prandini, quando chiede che sia intensificata la caccia intensiva agli unghulati che imperversano nelle nostre campagne, devastando coltivazioni e rappresentando un rischio anche per l'uomo. Eppure siamo ancora appesi, dopo 30 anni, alla legge 157/92 e abbiamo il coraggio di sentirci colti all'improvviso da crisi come queste". (segue) (Sil/Adnkronos) ISSN 2465 - 1222 22-GEN-22 18:03 NNNN

PESTE SUINA: CAMAIORA, 'NO A FALSI ALLARMISMI' (2) =

ADN0987 7 CRO 0 ADN CRO NAZ PESTE SUINA: **CAMAIORA**, 'NO A FALSI ALLARMISMI' (2) = (Adnkronos) - "Fondamentale è poi fornire una comunicazione chiara e non allarmistica. Sarebbe bene che in queste ore vi fosse una regia di comunicazione sia a livello istituzionale sia a livello di consorzi e in generale del settore privato suinicolo per una strategia di rilievo internazionale - continua **CAMAIORA** - Si annuncia l'ennesima task force interministeriale e va bene, ma non basta. Serve un tavolo che coinvolga tutti i principali attori. Poche ore dopo la circolazione delle prime informazioni, Cina e Giappone hanno fermato le importazioni. Il rischio che, anche strumentalmente, altri Stati seguano questa stessa strada è purtroppo concreto. Non raccontiamoci come pasticcioni e incapaci perché non lo siamo e al tempo stesso, come Sistema Italia, operiamo e comunichiamo con professionalità, senza speculazioni di alcun tipo al nostro interno e pronti a respingere ogni tentativo internazionale di chiudere le frontiere ai nostri prodotti". (Sil/Adnkronos) ISSN 2465 - 1222 22-GEN-22 18:03 NNNN

SABATO 26 FEBBRAIO 2022 15.08.59

GIUSTIZIA: GIURISPRUDENZA PENALE, CONTRIBUTI PER PROPOSTA DI RIFORMA, APERTA CALL FOR PAPERS' =

ADN0651 7 CRO 0 ADN CRO NAZ GIUSTIZIA: GIURISPRUDENZA PENALE, CONTRIBUTI PER PROPOSTA DI RIFORMA, APERTA CALL FOR PAPERS' = Con l'approvazione dell'ultimo Decreto Legislativo in tema di recepimento della direttiva sulla presunzione di innocenza, il rapporto tra giustizia penale e informazione è tornato d'attualità. Per dare seguito al dibattito che ne è scaturito, la rivista Giurisprudenza Penale e The Skill hanno aperto una 'call for papers' finalizzata ad approfondire tutte le sfumature possibili. Con lo scopo di raccogliere contributi e fornire spunti di riflessione, ma anche eventuali proposte di riforma. Chi intende partecipare alla selezione dovrà inviare, entro e non oltre il 27 marzo 2022, un abstract del proprio contributo, di lunghezza non superiore alle 4.000 battute (spazi inclusi), al seguente indirizzo e-mail: callforpapers@giurisprudenzapenale.com. I lavori migliori saranno selezionati da un Comitato Scientifico composto da esponenti del mondo dell'università, della magistratura, dell'avvocatura, della politica e del giornalismo. Ne fanno parte, tra gli altri, l'Avv. Guido **Stampanoni** Bassi (fondatore e direttore della rivista Giurisprudenza Penale), il Dott. Andrea Camaiera (Ceo & Founder The Skill), l'Avv. Guido Carlo Alleva, il Prof. Avv. Ennio Amodio, il giornalista Alessandro Barbano, il giornalista Francesco Maria Del Vigo, il Prof. Avv. Vittorio Manes, il Professore ordinario di diritto penale presso l'Università degli Studi di Bologna Giovanni Melillo, la giornalista Giulia Merlo, il sottosegretario al Ministero della Giustizia l'On. Avv. Francesco Paolo Sisto e il giornalista Danilo Paolini. (segue) (/Adnkronos) ISSN 2465 - 1222 26-FEB-22 15:08 NNNN

SABATO 26 FEBBRAIO 2022 15.08.59

GIUSTIZIA: GIURISPRUDENZA PENALE, CONTRIBUTI PER PROPOSTA DI RIFORMA, APERTA CALL FOR PAPERS' (2) =

ADN0652 7 CRO 0 ADN CRO NAZ GIUSTIZIA: GIURISPRUDENZA PENALE, CONTRIBUTI PER PROPOSTA DI RIFORMA, APERTA CALL FOR PAPERS' (2) = (Adnkronos) - Non è la prima 'call for papers' organizzata dalla rivista Giurisprudenza Penale. "Ne abbiamo già lanciata una sul fine vita, un'altra sul Decreto Legislativo 231/2001 e anche una sulla riforma del sistema penitenziario - spiega il direttore, l'Avv. Guido **Stampanoni** Bassi - All'ultima abbiamo ricevuto oltre 400 proposte, di cui ne sono state poi pubblicate circa una trentina". Ma solo per quella prevista quest'anno i contributi saranno presentati e discussi nell'ambito di un evento finale, oltre ad essere pubblicati all'interno di un volume edito da Wolters Kluwer. (/Adnkronos) ISSN 2465 - 1222 26-FEB-22 15:08 NNNN

Sanita': da Camaiora il 'Manuale di comunicazione di crisi' =

AGI0727 3 CRO 0 R01 / Sanita': da **Camaiora** il 'Manuale di comunicazione di crisi' = (AGI) - Roma, 3 mag. - Come e' cambiato il rapporto tra istituzioni sanitarie e cittadini dopo due anni di pandemia? Quali errori sono stati commessi e cosa devono fare i protagonisti del settore per non ripeterli? Il 'Manuale di Comunicazione di crisi in sanita'' di Andrea **Camaiora** analizza l'eredita' comunicativa dell'era Covid per "stimolare dirigenti sanitari e medici a cambiare il proprio paradigma a favore di nuovi modelli di interazione con il paziente". "Il grande lascito di due anni di pandemia - si legge in una nota - e' stata la consapevolezza di come la gestione, la prevenzione e la comunicazione della crisi siano indispensabili, anche e soprattutto in ambito sanitario. Incidenti, scandali veri o presunti, errori sono all'ordine del giorno e provocano effetti potenzialmente devastanti su persone e organizzazioni. Come gestire 'eventi avversi', come interpretare 'eventi sentinella', come gestire il rapporto tra informazione scientifica e divulgativa nell'epoca dei social network, delle fake news, dell'infodemia?". A questi interrogativi cerca di dare risposta il 'Manuale' - edito da The Skill Press, giunto dopo quattro anni alla sua seconda edizione - grazie alla collaborazione di altri esperti, tra i quali il medico e presidente Aiop Lombardia Dario Beretta, il giornalista Alessandro Boriani, l'avvocato Giovanni Costantino e il dg Fondazione Sanita' Futura, Cristian Ferraris. Nel volume, che dedica uno spazio anche alla questione del 'consenso informato', l'autore contrasta l'adagio secondo cui 'il paziente deve essere paziente', stimolando medici e infermieri a un diverso modo di comunicare e le aziende sanitarie "a rinnovare vetusti e anacronistici meccanismi organizzativi, ad esempio relativi ai ricoveri". "La comunicazione in sanita' e' a pieno titolo comunicazione d'impresa di servizi pubblici ed e' caratterizzata dalla duplice connotazione di 'comunicazione per la salute' relativa alle politiche di promozione della salute e 'comunicazione sanitaria' concentrata su servizi e prestazioni in tutti i livelli di assistenza. In questo secondo contesto si colloca la comunicazione di crisi ed emergenze in sanita'", si legge. Tra i temi affrontati, le litigation public relations e "la necessita' da parte del medico di adottare con regolarita' alcuni accorgimenti comunicativi, primo fra tutti la tracciabilita' delle informazioni rese al paziente, l'aggiornamento regolare delle cartelle sanitarie, la prova dell'avvenuto processo di informazione". Il libro affronta gli "errori da evitare, no comment, incoerenza tra i messaggi, scarico di responsabilita'", problemi di informazione addossati ai media", sviluppando suggerimenti che vanno dall'essere sinceri, al dettare l'agenda, dall'evitare arroganza e minimizzazione al citare fatti e circostanze, comunicare con regolarita', anche prestando attenzione a dinamiche quali stress e diffidenza tra personale e pazienti. (AGI)Red 031459 MAG 22 NNNN

La stanza dei bottoni

23

PROTAGONISTI & INTERPRETI

Equita rilancia sulla finanza per le imprese, tra una settimana tocca a Muzinich. L'Arel insiste sul reddito di cittadinanza, ma chiama le fondazioni. Comunicazione & pr: muovono Camaiora e Palomba

A CURA
di Carlo Cinelli
e Federico De Rosa



Gianfranco Battisti
Il cco delle Fs
premiato tra gli
«eccellenti» per
l'apporto alle
politiche di
sostegno al turismo

Come è finito il (primo) round si sa. L'accordo di Theresa May con la Cee non è passato alla Camera dei Comuni e la Brexit adesso rischia di costare molto cara alla Gran Bretagna. Ma alternative possibili ci sono. Quali? Sicuramente: Michel Barnier, capo negoziatore della Commissione europea per la Brexit, qualche idea ce l'ha e lunedì 18 febbraio, alla Bocconi, spiegherà da che parte sta andando non solo la Gran Bretagna ma anche l'Europa. L'intervento di Via Sarfatti ha invitato Barnier a discutere di «Europe after Brexit». Shaping a New Era con il presidente della Bocconi, Mario Monti e Milanoche Shafik, direttore della London School of Economics per celebrare il gemellaggio tra l'ateneo milanese e quello londinese che insieme lanceranno il Double Degree Lse-Bocconi in European and International Public Policy and Politics che permetterà agli studenti di ottenere due lauree distinte al termine dei due anni di corso.

Arel, tra fondazioni e reddito

Il governo gialloverde per fortuna ha rimediato alla stertosa. Oppure alla povertà il reddito di cittadinanza può anche essere una soluzione, che ha il rischio di trasformando in esonero di fronte al taglio dei benefici fiscali agli enti non profit. L'incidente è rientrato. E anche se la «sensibilità» del governo su certi temi va ancora testata, l'Arel ha deciso di provare a mettere attorno allo stesso tavolo governi, organizzazioni internazionali e fondazioni per capire come fare sistema nella filantropia. L'appuntamento è per oggi nella sede del think tank a Roma, dove Enrico Letta, nelle vesti di segretario generale, introdurrà agli ospiti la keynote speaker Anja Langenbacher, responsabile europea della Bill & Melinda Gates Foundation, che parlerà di filantropia con Stefano Nandini, di Asister (associazione dei filantropi italiani), Letizia Moratti per la Fondazione San Patrignano e Claudia Salvatori della Fondazione Italia Sociale.

Muzinich a Piazza Affari

Sono stati pionieri sui fondi di finanziamento alle medie imprese ma, soprattutto, di ristrutturazioni

IL GOVERNATORE E COSTAMAGNA PER PERILLI I GATES DA LETTA



Mario Monti
A confronto con
Michel Barnier
sulle prospettive
dell'Europa
post Brexit

aziendali con soluzioni per i crediti, ora Muzinich & co. si ripresenta in Italia. Lunedì prossimo si farà a palazzo Merloni e ci sarà il fondatore, George Muzinich, che con l'amministratore delegato di Borsa Italia, Raffaele Jesualdi, è il numero uno di Iliffe. Luca Peyraro, discenderà del complesso rapporto tra mercato del capitale e imprese anticipando un incontro previsto nel pomeriggio sempre nella sede di Borsa. Lascio alla finanza per la crescita. Il fondo newyorkese è nato in Italia per essere stato il primo asset manager ad entrare nel mercato del private debt. All'epoca, era il 2003, arrivato Giuseppe Castagna, fino a poco prima capo dello Banco del Territorio di Intesa Sanpaolo. L'estate scorsa invece Muzinich non si è lasciato sfuggire l'occasione di lasciare la carica del Tesoro, Fabrizio Paganini, oggi Global head of economics and capital markets strategy.

Equita con Bocconi sul bond

Al rapporto tra azienale e capitale è dedicato anche l'incontro che Equita ha organizzato con la Bocconi per mercoledì. La domanda è sulla struttura finanziaria delle imprese industriali italiane e sul ricorso al mercato obbligazionario, anziché al canale bancario tradizionale.

Anja Langenbacher
Responsabile per
l'Europa della Bill & Melinda Foundation
Al seminario Arel



nale. Per le risposte Francesco Perilli ha fatto le cose in grande. Il presidente di Equita metterà attorno al tavolo esperti di assoluto rilievo, come il cco di Leonardo Alessandro Profumo, Claudio Costamagna, in qualità di presidente di CcA soci, Paola Locatelli di Simmentis & Simmentis e il fondatore di Thera Italia, Mauro Moretti. Il colpo grosso Perilli e Stefano Caselli, proiettore della Bocconi, hanno fatto comunque chiamando a intervenire il governatore della Banca d'Italia, Ignazio Visco.

Battisti premiato

Gianfranco Battisti è un'eccellenza italiana per il turismo. Il cco di Fs riceve oggi a Milano il premio Excellence inventato da Ombretta Fumagalli Carilli e Mario Mancini. Battisti è in buona compagnia, riconoscimenti analoghi saranno attribuiti anche alla presidente del Senato, Elisabetta Alberti Casellati e al ministro delle Politiche Agricole e del Turismo, Gian Marco Centinaio.

The Skill cambia

A un anno dalla nascita The Skills, l'agenzia di comunicazione fondata da Andrea Camaiora, raddoppia su Milano. E non solo. All'inizio dell'anno ha aperto i battenti il nuovo ufficio in Foro Bonaparte, affidato a Clementina Colombo, già comunicatrice politica della Regione Lombardia. E ora arriva anche l'apertura a Nord Est, nello studio di design «Favretto & partners» che ospiterà gli uffici di The Skills. Novità anche a Roma dove arriva come senior advisor l'ex deputato Giorgio Lainati, giornalista Fininvest di lungo corso e primo portavoce di Forza Italia nel '94.

Community in Brera

Altre novità nella comunicazione. Community, la società fondata da Auro Palomba, annuncia un doppio cambiamento. Dopo aver lanciato Reputation Science, prima società di consulenza data driven nella gestione della reputazione, Community cambia uffici a Milano, innestandosi nella prestigiosa Brera, in via Trelli Gobbio e a Roma dove ha inaugurato una nuova sede a Prati, in via Nicotina.

© RINOLDI/MILANO

Spilli

Conti strategici
Il risparmio tedesco, la crescita italiana e l'approccio geopolitico gialloverde

E così Paolo Savona. Tra anni, aggiunge un altro incarico a un già fitto curriculum. La sua nomina alla Consob è costellata di polemiche pari quasi a quelle che richiama di affondare sul nascere l'esecutivo, ma serve a togliere la maggioranza dall'imbarco di una Commissione senza guida da settembre. Come sarà il Savona presidente dell'Authority lo vedremo. Il Savona ministro, invece, ha lasciato con quest'ultima pubblica lezione da Germania ha un eccesso di risparmio dell'8%. Le esportazioni italiane in Germania sono del 30%. Quindi, se la Germania spendesse l'8% il nostro Pil crescerebbe dello 0,8%, che è quel che ci manca per non andare a crescita zero e dispettare gli obiettivi del governo. La logica monetaria non fa una piega. È la sua applicazione a geopolitica e macroeconomia internazionale che non abbiamo capito bene.

© IPRODUCERE RISERVA

Conti facili
Reddito di cittadinanza, il no di Boccia e l'incredulità pentastellata

Laura Castelli, sottosegretario all'Economia, si è dove vengono le perplessità di Confindustria e cittadinanza. Sè è premunita di aggiungere che vedi «abbastanza presto» Vincenzo Boccia e/o i suoi, «e apprenderli con loro una serie di temi». Giusto. P sarebbe potuto incorniciare a farlo gli ventiquattro quella dichiarazione, e le sarebbe bastata una semp velocissima visita alla Commissione Lavoro del Senato. L'audizione c'era Pierangelo Albini, direttore Anna La dell'associazione industriali, e non ha dovuto usare per inquadrare il problema: se il reddito di cittadino single arriva fino a 70 euro al mese, e «lo stipendio giovani under 30 si attesta a 800 euro netti al mese» calcolatrice scientifica per capire che cosa conviene.

© R1

L'Economia

del CORRIERE DELLA SERA

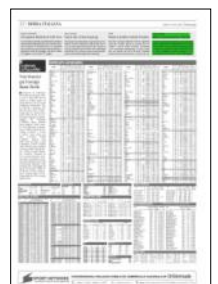
Equita rilancia sulla finanza per le imprese, tra una settimana tocca a Muzinich. L'Arel insiste sul reddito di cittadinanza, ma chiama le fondazioni. Comunicazione & pr: muovono Camaiora e Palomba

The Skill cambia

A un anno dalla nascita The Skill, l'agenzia di comunicazione fondata da **Andrea Camaiora**, raddoppia su Milano. E non solo. All'inizio dell'anno ha aperto i battenti il nuovo ufficio in Foro Bonaparte, affidato a **Clementina Colombo**, già comunicatrice politica della Regione Lombardia. E ora arriva anche l'apertura a Nord Est, nello studio di design «Favretto & partners» che ospiterà gli uffici di The Skills. Novità anche a Roma dove arriva come senior advisor l'ex deputato **Giorgio Lainati**, giornalista Fininvest di lungo corso e primo portavoce di Forza Italia nel '94.

PASTA ZARA**Affida la comunicazione a The Skill**

The Skill, società specializzata in crisis communication, supporterà la comunicazione del rilancio di Pasta Zara, primo esportatore di pasta italiana nel mondo. A coordinare il team di The Skill saranno il ceo e fondatore, Andrea Camaiora, e il responsabile d'area Nord Est, Lorenzo Munegato.



Il Ponte e il danno d'immagine «In 32 mesi, 650 scritti negativi»

Uno studio di comunicazione ha preso in esame gli articoli sulla battaglia fra amministrazione e Vardanega. Pavan deve ora decidere se procedere

BASSANO Quasi 650 articoli critici o negativi apparsi sulla stampa locale e nazionale nell'arco di trentadue mesi in merito alla problematica ristrutturazione del ponte degli alpini, con le parole «crisi» e «caos» ricorrenti nei titoli. Il rischio crollo dello storico monumento palladiano paventato dopo il disastro di Genova addirittura nei principali tg nazionali, con oltre tredici milioni di spettatori. E una «web reputation» del ponte, di Bassano, che ne ha inevitabilmente risentito stando a commenti e recensioni riportati sui social e su piattaforme online. Dove la sensazione era anche quella della situazione fuori controllo, di un imminente disastro. Basta solo dire che qualche cittadino era arrivato a postare su Instagram le parole: «Facciamoci un selfie sul ponte prima che crolli». Una frase quanto mai eloquente di quanto percepito tra gennaio 2016 e agosto 2018 sullo stato del ponte che è stato dichiarato da poche settimane monumento nazionale, sullo stallo dei lavori, e ancora sulla rescissione del contratto da parte della ditta appaltatrice, la Vardanega di Possagno, sullo scontro e il rimpallo di accuse anche attraverso i giornali con l'amministrazione (dell'allora sindaco Riccardo Poletto) che poi vedrà riconoscere le sue ragioni in tribunale. Amministrazione che avrebbe «potuto essere più cauta» nell'annunciare partenze di cantieri poi rivelatisi false e blindare quel botta e risposta attraverso i giornali che si è rivelato in realtà un boomerang, e non solo per Vardanega.

È tutto contenuto nell'articolata relazione - 77 pagine - realizzata dallo studio di comunicazione «The Skill» con il Ceo e fondatore Andrea Camaiora, docente in «Comunicazione» all'Università degli studi «Niccolò Cusano» e autore del volume «Appunti su

diffamazione a mezzo stampa tra comunicazione digitale e rivoluzione della rete».

Un lavoro complesso, che non ha tralasciato alcun aspetto per arrivare ad argomentare la lesione del diritto di immagine subito. «Abbiamo realizzato un lavoro molto accurato che illustra senza ombra di dubbio un danno enorme al Comune, alla comunità e al monumento nazionale ponte di Bassano - dichiara il giornalista e professor Camaiora senza però entrare nello specifico, senza rivelare i contenuti della relazione - Emerge con chiarezza inequivocabile attraverso una ricerca che tiene conto di frasi, commenti, dichiarazioni e pubblico che i singoli mass media e social network hanno. E che ha prodotto già un effetto sulla web reputation di Bassano e del ponte».

Un lavoro in base al quale il legale patavino Leonardo Arnau, presidente dell'ordine degli avvocati di Padova, è arrivato a stabilire che ci sono i presupposti per chiedere un risarcimento danni alla ditta trevigiana. Il legale era stato incaricato di un parere dall'ex amministrazione Poletto sul finire del suo mandato, a maggio, e ha depositato il suo lavoro (una ventina di pagine) la settimana scorsa. A decidere deve essere la giunta Pavan.

«Mi riservo di leggere le relazioni, detto che la valutazione su cosa fare spetta alla giunta che si riunirà oggi, e infatti affronteremo la questione» fa sapere il sindaco, Elena Pavan. Giunta che dovrà decidere quindi se procedere nei confronti dell'azienda di Possagno per chiedere un risarcimento (non quantificato dagli esperti) e in tal caso se scegliere, come sembra più opportuno, la strada del civile.

Benedetta Centin

© RIPRODUZIONE RISERVATA





La vicenda

● L'amministrazione comunale guidata da Riccardo Poletto, dopo aver vinto la battaglia legale sulla risoluzione del contratto alla Vardanega di Possagno con un danno quantificato in 453mila euro, ha affidato l'incarico per capire se si poteva chiedere alla stessa Vardanega anche i danni d'immagine

La catastrophe a fait chuter l'image d'Atlantia

La réponse de la famille Benetton à l'effondrement du pont constitue un cas d'école d'échec de communication de crise.

« On retirera la concession autoroutière à Atlantia, après cette entreprise sera au bord de la faillite. » Un an après la tragédie, les menaces de Luigi Di Maio, ministre du Développement économique et de l'Industrie, à l'encontre du groupe de la famille Benetton, sont restées lettres mortes. En s'effondrant le 14 août 2018, le pont Morandi a fait 43 victimes. Il en a entraîné dans sa chute une 44^e : l'image de son concessionnaire autoroutier, Autostrade per l'Italia, filiale d'Atlantia.

Le concessionnaire de l'autoroute a été immédiatement critiqué pour avoir été plus attentif aux profits qu'à l'entretien et à la sécurité du viaduc. Des accusations confirmées par des experts mandatés dans le cadre de l'enquête judiciaire ouverte pour établir les responsabilités. Ils pointent les nombreuses négligences d'Autostrade per l'Italia dans la catastrophe.

« C'est aussi une catastrophe médiatique pour le groupe, estime Andrea Camaiora, administrateur délégué du cabinet de communication The Skill, spécialisé en situations de crise. On peut parler de cas d'école d'"epic fail" qui représente une exception en Italie, où l'on est souvent accusé de ne pas savoir travailler sur la prévention des crises, mais où notre grande capacité de réaction est reconnue. » Tout l'inverse de ce qui s'est passé avec Atlantia, dont l'attitude a, dans un premier temps, profondément choqué l'opinion.

Le premier communiqué de presse publié est arrivé avec retard, minimisant dans un pre-

mier temps les faits. De sèches condoléances ne sont arrivées que plus tard. A cela s'ajoute le maintien par la famille Benetton d'un grand barbecue mondain prévu de longue date, le lendemain de l'accident. Rien d'étonnant à ce que ses représentants aient été copieusement hués lors des funérailles des victimes.

Redorer son blason avec Alitalia

« Atlantia est devenu le bouc émissaire idéal, poursuit Andrea Camaiora, mais il est stupéfiant qu'un groupe gérant des infrastructures dans le monde entier, donc confronté quotidiennement à des accidents, ne dispose pas d'une unité de crise, capable de répondre en temps réel et de manière adéquate à un événement de cette ampleur. Il ne suffit pas d'avoir de bons communicants, il faut aussi des dirigeants qui sachent faire preuve de tact et de sensibilité. Cela a fait défaut à Autostrade per l'Italia, dont l'administrateur délégué, Giovanni Castellucci, au lieu de faire profil bas, s'est exposé médiatiquement immédiatement après sa rencontre avec le maire de Gênes et le président de la région, révélant avant eux la teneur de leurs discussions. »

Atlantia cherche désormais à troquer son statut de bouc émissaire contre celui de chevalier blanc d'Alitalia. Il est disposé à investir entre 300 et 400 millions d'euros pour une participation de 35 % dans le capital de la compagnie aérienne au bord de la faillite. Un acte purement intéressé, selon la presse italienne. Outre la tentative d'apaiser ses relations avec le gouvernement, qui menace toujours de lui retirer sa concession autoroutière, Atlantia, qui contrôle Aeroporti di Roma, a tout intérêt à un sauvetage d'Alitalia. — O. T.

Les chiffres clefs

281

FAMILLES IMPACTÉES

dont les maisons sont inhabitables depuis la catastrophe.

24.000

TONNES

d'acier seront nécessaires à la reconstruction du pont.

202

MILLIONS D'EUROS

Le coût estimé du chantier.

La catastrofe fa crollare l'immagine di Atlantia



LETTURE DI DIRITTO

Autori - Aa.vv.

Titolo - *Manuale teorico-pratico su Compliance e Anticorruzione*

Casa editrice - The Skill Press, Roma, 2020, pagg. 227

Prezzo - Euro 25

Argomento - «Prevenire è meglio che curare», recitava il claim di un famoso spot pubblicitario di qualche anno fa. L'importanza dell'approccio preventivo nella gestione delle dinamiche aziendali (e non solo) è essenziale, tuttavia, come sottolineato da Andrea Camaiora, coautore del bel volume in recensione, il nostro Paese è da sempre il meno incline alla prevenzione. Viene considerato un costo inutile nonostante ogni giorno ci confrontiamo con situazioni che si sarebbero potute prevenire a costo basso o limitato e che invece, poiché lasciate al caso, deflagrano in tutta la loro violenza, con conseguenti costi esorbitanti, quando non così eccessivi da far soccombere la realtà coinvolta.

Per prevenire problemi e garantirsi una compliance alle norme di legge effettiva, aggiornata e completa le aziende e gli enti devono comunicare in modo trasparente poiché «la comprensibilità degli atti è elemento di legittimità degli stessi».

«Comunicare in modo puntuale e trasparente alla comunità degli stakeholder, alla Borsa, alle società di rating, alle banche, agli investitori, le proprie policy, i propri impegni e investimenti, le proprie scelte (specie se discutibili), financo e forse soprattutto le proprie criticità,

ha come effetto sicuro l'aumento della credibilità della società che si rende protagonista di tali comportamenti virtuosi, ma anche un aumento del valore dei titoli o più semplicemente una maggiore facilità di accesso al credito. La ragione è presto spiegata: tutti percepiscono il valore della riduzione dei rischi collegati a una buona o cattiva governance».

La trasparenza, dunque, come nuo-

va arma per combattere la corruzione e realizzare la compliance nel settore pubblico come in quello privato. Il volume, dal titolo *Manuale teorico-pratico su Compliance e Anticorruzione. La rivoluzione della Comunicazione trasparente*, intende districare la giungla linguistica e burocratica che attanaglia il sistema del nostro Paese, tracciando un'ampia analisi della più recente normativa riguardante non solo

i doveri imposti a enti e imprese pubbliche (legge 190/2012, dlgs 97/2016), ma anche alle aziende private che non vogliano incorrere in responsabilità (dlgs 231/2001), e offrendo inoltre una panoramica sulle migliori pratiche in tema di gestione e prevenzione del rischio, includendo infine una guida sulla comunicazione trasparente e sulla semplificazione del linguaggio amministrativo, in ossequio alla direttiva 74/2002 (c.d. «Frattini»). Il testo, oltre che della mano di Andrea Camaiora, si avvale del contributo di cinque avvocati esperti del settore che analizzano a tutto tondo la normativa più recente in tema di compliance, risk assessment e anticorruzione proponendo modelli, schemi e linee guida per permettere alle aziende di rimanere al riparo da problemi giudiziari e responsabilità penali. E gestire in maniera più efficace e meno onerosa dal punto di vista economico e operativo gli obblighi che ne conseguono. Con un focus sui reati legati a queste procedure: corruzione, concussione, abuso d'ufficio, traffico di influenze illecite.

a cura di **Francesco Romano**

— © Riproduzione riservata —



IN QUEL LABIRINTO LA MAZZETTA VINCE

DA GIORNALISTA A "TRADUTTORE" PER ENTI E AZIENDE: "COSÌ MIGLIORIAMO LA TRASPARENZA DEGLI ATTI"

"IL BUROCRATESE è l'anticamera della corruzione, è il lievito che gonfia costi e tempi delle amministrazioni pubbliche». Parola di Andrea Camaiora, giornalista con un passato da spin doctor che incarna un mestiere nuovo e promettente: l'esperto in "comunicazione trasparente", una figura professionale altamente specializzata che giusto in Italia poteva far fortuna. Per molti la burocrazia è un incubo, per qualcuno è un'occasione d'oro. E lui, spezzino classe 1981, in questo campo è un pioniere.

Docente in "comunicazione trasparente" al master anticorruzione dell'Università Tor Vergata di Roma e alla Business School del *Sole 24 Ore*, nel 2018 fonda una società di consulenza (The Skill) che sviluppa protocolli per la semplificazione di linguaggi e procedure degli enti pubblici e delle aziende. Insieme a un pool di penalisti e tributaristi li ha anche codificati in un "manuale" teorico-pratico, uscito a febbraio, che è un po' la bibbia dei neo-dottori in trasparenza.

«Che mi risulti sono l'unico a fare questo mestiere in modo imprenditoriale, ma scommetto che presto saremo molti di più. Penso al mondo dei comunicatori, ai giornalisti che non trovano sbocco nel mercato editoriale e possono riciclare su questo fronte le loro competenze di sintesi e di scrittura. Lo dico per esperienza diretta». Ne cita due su tutte. «Ero nel Consiglio d'amministrazione dell'Università di Parma ai tempi di Parmalat, metà delle cose che ci ve-

nivano presentate dovevo farcele spiegare da capo dal dirigente di turno. Sono stato poi nella commissione Bilancio del comune di Sarzana: c'era un regola-

di Thomas Mackinson

to d'igiene pubblica dei primi del '900 che nonostante parlasse di debellare la malaria veniva considerato ancora attuale. È allora che mi è venuto il pallino della comunicazione trasparente e delle

possibili soluzioni».

Il problema è presto detto. L'Italia è un Paese dove la corruzione è a livelli da record. Per contrastarla, negli ultimi trent'anni sono aumentati esponenzialmente gli obblighi in materia di prevenzione, trasparenza e semplificazione. Ma a questo sforzo non è corrisposto pari impegno a garantire una comunicazione realmente chiara e intellegibile ai cittadini cui è rivolta. «Il burocrate pensa ancora che un testo sia tanto più autorevole quanto più è complesso e tecnico. Ma non è così. I dirigenti e funzionari pubblici, come i medici e gli avvocati, non trovano il punto di equilibrio tra la loro professionalità e il farsi capire. Il nostro lavoro è aiutarli a fare questo salto».

La società che Camaiora ha fondato quattro anni fa conta oggi 17 dipendenti sparsi tra le sedi di Roma, Padova e Milano. Contattano enti, comuni, municipalizzate e aziende sanitarie proponendo seminari formativi e consulenze. Farsi aprire non è facile, anche se in teoria basta far leva su un modulo, un avviso o una comunicazione qualunque dell'ente in questione. «Un'amministrazione che scrive male, che comunica male, spesso è un'amministrazione mal gestita, mal diretta, mal organizzata, che funziona male». Messe di fronte all'evidenza, le più sensibili al problema si sottopongono al checkup e non di rado si affidano agli esperti.

«Gli affari stanno andando bene, anche in un mercato di nicchia in cui ogni >

LA SOCIETÀ FONDATA
DA ANDREA CAMAIORA
LAVORA
PER RENDERE
PIÙ SNELLI
LINGUAGGIO
E PROCEDURE:
"BANDI TROPPO OSTICI
FAVORISCONO
ANCHE LA
CORRUZIONE"

volta bisogna "risvegliare il bisogno", spiegare i vantaggi sociali, economici e di immagine di una trasparenza non solo di facciata». I "clienti" si concentrano soprattutto al Nord. «Abbiamo avanzato una proposta all'assemblea regionale della Sicilia, forse la Regione dove il bizantinismo dell'amministrazione pubblica resiste di più. Non ci hanno cacciati, è già un buon segno».

Esistono dei precedenti. In Gran Bretagna la più grande campagna di semplificazione del linguaggio amministrativo parti nel 1979 per iniziativa dell'associazione privata Plain English Campaign, che tuttora vende pacchetti formativi e revisioni dei testi amministrativi col bollino, dando lavoro a 25 editor e un centinaio di collaboratori. In Italia tra il 2002 e il 2010 un gruppo di linguisti e studiosi di diritto amministrativo creò l'associazione d'impresa Carta semplice, poi naufragata a causa degli impegni degli accademici e dei pochi soldi degli enti. Ma lo spazio per l'iniziativa privata da allora è aumentato, anche grazie a internet.

«Negli ultimi vent'anni si è pensato, sbagliando, che bastasse mettere tutto in rete per assolvere e bilanciare obblighi e interessi delle amministrazioni e degli amministrati. Invece che cosa succede? Che gli utenti-cittadini si perdono in una galassia di atti che restano oscuri per linguaggio e gerarchia». La convin-

zione dell'esperto è che la "trasparenza di facciata" risulti comoda a molti e alimanti interessi meno che leciti.

«Dal mio punto di vista c'è un nesso diretto tra oscurità del linguaggio amministrativo e corruzione. I bandi negli appalti, come i documenti delle conferenze dei servizi, non sono scritti per gli effettivi destinatari, ma in modo autoreferenziale, con un idioma parallelo che nessuno capisce. L'imprenditore che vuole partecipare a una gara ha tre opzioni: arrendersi, assoldare specialisti con relativi costi o chiamare direttamen-

te l'ente per avere delucidazioni: è allora che balena la "scorciatoia", la via d'uscita forzata che si realizza grazie all'evento corruttivo».

Altre volte non c'è nulla di illecito, ma la scarsa chiarezza alimenta il sospetto e l'urgenza del controllo, contribuendo a rallentare gli ingranaggi di ogni amministrazione. «Debellare il burocrate porta vantaggi anche in termini d'efficienza. Gli uffici pubblici non devono rallentare il loro lavoro per rispondere a richieste di chiarimenti, integrazioni documentali, reclami e contenziosi. Il classico giro di carte bollate. Ci sforziamo di spiegarlo, ma dietro la complessità delle comunicazioni di un ente si nasconde a volte un alibi comodissimo per chi le scrive: un domani posso sempre dire che intendevo altro, ed evitare così eventuali contestazioni».

E dire che ci vuol poco. La pubblica amministrazione potrebbe produrre atti legittimi dal punto di vista giuridico progettandoli e scrivendoli in modo drasticamente diverso. Nel manuale ci sono vari esempi pratici. «Ma non succede, la rivoluzione della comunicazione trasparente non arriva da sola. Questo è lo spazio dei professionisti come noi, che lavorano per aumentare il livello di consapevolezza degli apparati perché si assumano pienamente le responsabilità che hanno verso i cittadini».



COMMENTI**Perché è stata fatta fallire Condotte?**

Averne di manager come Giuseppe Bono in questa Italia decadente che invece di mandare a recuperare i pescatori sequestrati da Haftar (come si faceva una volta) un funzionario dei Servizi o un esponente della Croce Rossa, mobilita mezzo governo e polverizza quel che resta(va) di credibilità dell'Italia come potenza mediterranea. Bono è il capitano d'impresa che sa cogliere occasioni uniche, come estendere e rafforzare i campi d'azione di Fincantieri portando giustamente a casa un gioiello come Inso, una delle tante società collegata a Condotte che si sono rivelate ancora più che appetibili oggi, dopo due anni di commissariamento, semi ricommissariamento e paralisi. Da comunicatore di crisi mi domando... a questo punto, valeva la pena per il «Sistema (?) Italia» far fallire Condotte? Cui prodest?

Andrea Camaiora



SEGRETI IN PIAZZA

DI GIANFRANCO FERRONI

BRUGNARO E LE CELEBRAZIONI DEI 1600 ANNI DI VENEZIA

Luigi Brugnaro ha introdotto ieri le celebrazioni per i 1600 anni dalla fondazione della Serenissima, aperte nella Basilica di San Marco con una messa del patriarca, monsignor Francesco Moraglia. Il sindaco ha sottolineato: «Penso che Venezia sia da riscoprire per tutte le genti e le città, nella misura del rapporto che hanno avuto negli anni con questi valori. È questo il senso delle celebrazioni che dureranno un anno, e lanciamo un appello a tutte le città, piccole e grandi, per ripensare a quali sono i rapporti che in questi 1600 anni hanno avuto con la Repubblica di Venezia». Il percorso delle celebrazioni sarà un grande progetto di comunicazione: «Venezia è città di mare e di terra, credo sia utile conoscerla per il Paese e per l'Europa, trovare le sue radici cristiane, e ricercare in questo rapporto che abbiamo sempre avuto con l'Oriente, essendo sempre sentinella e "porta". Chi viene in pace si è sempre integrato a Venezia, basta rispettare le regole», ha sottolineato. Dopo la messa solenne per l'Annunciazione in San Marco, tutte le chiese cittadine hanno suonato le campane a distesa. Alle ore 18.30 su Rai2 un omaggio alla città con il messaggio del presidente della Repubblica Sergio Mattarella e il concerto dell'orchestra e coro del Teatro la Fenice. Gli eventi per l'anniversario proseguiranno sino al 2022. Al comitato promotore sono giunte 235 proposte di iniziative.

ORietta Berti CANTA PER TIGOTÀ

The Skill, studio specializzato in

comunicazione strategica e brand storytelling, lancia il primo format radiofonico pensato e studiato per «radio in store», per il Gruppo Gottardo. Nasce così Go'radio. Il programma andrà in onda sette giorni su sette, due volte al giorno, nei quasi 700 punti vendita Tigotà. E prende vita sotto la direzione e con la voce di Gianfranco Valenti, formatosi nel mondo radiofonico, autore e già conduttore di «Che Spettacolo» insieme a Silvia Salemi su Rai Radio2, da gennaio direttore creativo della società fondata da Andrea Camaiera. Si tratta di una piccola rivoluzione: la radio in store diventa nei fatti un nuovo media, a metà tra le radio «tradizionali» e quelle digitali, capace di trasmettere contenuti di alta qualità e non più solo musica e messaggi promozionali. Il format, della durata di 45 minuti, proporrà un infotainment di qualità, inclusivo e mai esclusivo. La sigla del programma è stata realizzata, scritta e interpretata dall'artista Daniele «Bengi» Benati, leader della band musicale Ridillo. Bengi è un noto musicista italiano, già autore di numerose sigle di programmi radiofonici e televisivi Rai. Nelle prime puntate spazio a figure del mondo dello spettacolo e della musica come Orietta Berti, Claudio Lippi, Luisa Corna, Alice Balossi, Er Potta, Giorgio («Giorgione») Barchiesi, Gazebo e molti altri. «È un servizio innovativo e originale che può interessare tutte le società che utilizzano la radio in store: dai supermercati ai grandi magazzini, dai fast food agli alberghi. È possibile pensare a soluzioni tailor-made anche per le grandi

infrastrutture aeroportuali, ferroviarie e portuali con trasmissioni che affrontano temi legati al viaggio, alla vacanza e all'enogastronomia. Con The Skill apriamo una via rimasta inesplorata fino a questo momento ma che, siamo sicuri, potrà dare grandi opportunità» chiosa Camaiera, ceo di The Skill.

BEPPE SALA SCOMMETTE SU DIABOLIK

Il sindaco di Milano Beppe Sala scommette su Diabolik. Un distretto celebrerà la storia dei comics italiani, raccontando la città con il linguaggio stilistico dei più grandi autori e autrici dei fumetti. È quello che si sta realizzando nel Municipio 6, a Milano, dove sono partiti i lavori per la riqualificazione artistica di via Pesto, tra via Tolstoj e via San Cristoforo, per la realizzazione di un murale di 500 mq su Diabolik, a poca distanza dall'opera dedicata a Guido Crepax e a Valentina, il suo personaggio più famoso. L'avvio di quest'opera è il risultato di un anno di lavori sviluppati in rete e in collaborazione tra il Municipio 6, la Casa Editrice Astorina, il condominio di via Savona 27 proprietario dei muri, il Museo delle Culture di Milano Mudec, gli sponsor tecnici NewLac, Consorzio Bramante e con il supporto di Vibrostop, azienda che ha sede proprio al di là del muro su cui i giovani artisti di We Run the Street sono chiamati di nuovo a fondere in modo equilibrato «la penna di grandi fumettisti e le loro bombolette spray».

©RIPRODUZIONE RISERVATA



I due agenti della Polizia morirono il 5 aprile 1991 in una sparatoria
Oggi una conferenza a Palazzo Madama, poi l'incontro con Casellati

I trent'anni del sacrificio di Borraccino e Coffen

A Roma si ricordano i caduti alle Padovanelle

IL RICORDO

Giovanni Borraccino e Giordano Coffen furono i primi ad arrivare. In quella sera del 5 aprile 1991 non fecero a tempo nemmeno di mettere la mano sulla fondina: caddero sotto i colpi dei cinque banditi che cercavano brutalmente una via di fuga dalla trappola delle Padovanelle. Borraccino e Coffen avevano 33 e 22 anni ed erano agenti della Polizia di Stato. A trent'anni da quel tragico episodio, oggi il sacrificio dei due poliziotti verrà ricordato a Roma, a Palazzo Madama.

LA RAPINA

È la sera del 5 aprile 1991 quando sei banditi, su un'Alfa 33 e una Uno Bianca, arrivano al ristorante Le Padovanelle di Ponte di Brenta. Cinque di loro entrano nel locale. Due imbracciano un fucile a pompa. Raggiunta la sala principale, intimano che quella è una rapina. In sala ci sono cento persone, tra cui un nutrito gruppo di commensali che partecipano al meeting della Porsche. Un membro della gang pesca in cucina una guardia giurata, che viene trascinata nella sala e picchiata davanti a tutti i presenti terrorizzati. Una ragazza

riesce a sfuggire, si chiude in una stanza e allerta il 113.

I PRIMI AD ARRIVARE

La prima ad arrivare è la Volante dall'assistente Giovanni Borraccino e dell'agente ausiliario Giordano Coffen. «Ci hanno mangiato!», urla un palo agli altri della banda. Un colpo sul tavolo con il calcio del fucile dà il segno che ci si deve dare alla fuga. Per poter scappare da quella che era diventata una trappola, i banditi escono dal ristorante sparando. Due, quelli con i fucili a pompa, sbucano dalle vetture del parcheggio e colpiscono i due agenti. Borraccino resta steso sui gradini del ristorante, Coffen viene colpito nel piazzale antistante il parcheggio. Il primo arriverà in ospedale praticamente privo di vita, per il secondo la fine arriverà dopo due ore di speranza.

LA MEMORIA

L'assistente Borraccino lasciò la moglie e due figli, Coffen invece i genitori. Gli assassini, una banda mista tra guardie giurate corrotte e pregiudicati, riuscirono a fuggire. Vennero catturati alcune settimane dopo a seguito di serrate indagini della Mobile di Padova. Al-

la memoria dei due caduti venne dedicato un cippo sul luogo del duplice omicidio. Sono annoverati fra i caduti sulle lapidi presenti all'interno della Questura di Padova e del 2° Reparto Mobile di Padova, dove era in forza l'agente Coffen.

IL RICORDO A ROMA

Oggi, alle 15, nella Sala Nasseriana di Palazzo Madama a Roma, si terrà una conferenza in cui verrà ricordato il sacrificio dei due agenti della Polizia. All'incontro parteciperanno il sottosegretario al Ministero dell'Interno, l'onorevole Nicola Molteni, il questore di Padova Isabella Fusiello e il senatore Manuel Vescovi, ai tempi collega dei due poliziotti, organizzatore dell'evento a loro dedicato. I lavori saranno coordinati dal giornalista Andrea Camaio (The Skill). All'incontro presenzieranno anche alcuni parenti delle vittime tra cui il figlio di Borraccino, Riccardo, agente in servizio al Gabinetto Interregionale di Polizia Scientifica di Padova ed esponenti della Polizia. Dopo la conferenza, alle 16 si terrà una messa di suffragio nella Chiesa San Luigi de' Francesi. I familiari dei due poliziotti e il questore saranno quindi ricevuti dal presidente del Senato, Maria Alberti Casellati. —

NICOLA CESARO





Un carabiniere osserva il punto in cui sono caduti i due agenti



Giovanni Borraccino e Giordano Coffen

«In turno con loro, li salutai, poi la corsa all'ospedale»

SERVÌ LA QUESTURA DI PADOVA IN QUEGLI ANNI: «IN QUEL MOMENTO DA RAGAZZO SONO DIVENTATO UOMO»

► Il senatore Vescovi ha organizzato oggi la celebrazione a Roma

L'INIZIATIVA

PADOVA «Me la ricordo bene quella notte, ero in servizio anche io allo stesso turno. Mi ha cambiato la vita». Manuel Vescovi, senatore della Lega, era un giovane poliziotto quando i suoi colleghi sono stati uccisi. E su sua iniziativa quest'anno la loro commemorazione avverrà a Roma, anziché a Padova.

«Volevo dare un segnale ai colleghi, credo sia giusto che Giovanni Borraccino e Giordano Coffen vengano ricordati all'interno di un'istituzione importante come il Senato» spiega.

Oggi alle 15 alla sala Nassiriya di Palazzo Madama, sede del Senato, verrà consegnata una targa ai parenti delle vittime, la moglie e i due figli di Borraccino e i genitori di Giordano Coffen. La consegna avverrà in due momenti per evitare assembramenti.

Alle 16 don Ulisse Zaggia, il cappellano dei poliziotti di Pa-

dova, officierà la messa alla chiesa San Luigi de' Francesi.

«Ricordo che ci siamo salutati all'inizio del turno, eravamo assegnati a servizi diversi - racconta Vescovi - Poi non li ho più visti. Quando ho saputo quel che era accaduto mi sono precipitato al pronto soccorso ma era troppo tardi. È stato un momento duro, da ragazzo sono diventato uomo. Il nostro è un lavoro in cui si deve avere il coraggio della paura. Quando arriva la chiamata senti la volante che accelera, le sirene, fai mente locale su dove hai messo la pistola. Avvenimenti come questi ti segnano nel profondo».

All'incontro romano parteciperanno il sottosegretario al Ministero dell'Interno Onorevole Nicola Molteni, il questore di Padova Isabella Fusiello e Vescovi. I lavori saranno coordinati dal giornalista Andrea Camaiora (The Skill).

All'incontro presenzieranno anche alcuni parenti delle vittime tra cui il figlio di Borraccino, Riccardo, agente in servizio al gabinetto interregionale di polizia scientifica di Padova ed esponenti della Polizia di Stato. Dopo la conferenza stampa si terrà una messa di suffragio, presso la Chiesa San Luigi de' Francesi, sita nell'omonima piazza e successivamente i familiari dei due poliziotti barbaramente uccisi e il questore Isabella Fusiello verranno ricevuti dal Presidente del Senato, Maria Alberti Casellati.

Si.Mo.

© riproduzione riservata



IL COLLEGA Manuel Vescovi, padovano di nascita, toscano d'adozione, ora senatore, ha servito la questura di Padova



IN SENATO IL RICORDO DEI DUE AGENTI UCCISI

Coffen e Borraccino, trent'anni fa il sacrificio dei due «eroi dimenticati»

PADOVA A trent'anni dalla morte dei poliziotti Giordano Coffen e Giovanni Borraccino, uccisi da un rapinatore a Padova, in sala Nassirya al Senato si è tenuta una commemorazione. Sono stati definiti eroi dimenticati.

a pagina 7 **Polese**

Coffen e Borraccino, poliziotti uccisi ed eroi dimenticati

A 30 anni dall'uccisione dei due agenti a Padova, il ricordo in Senato. Il questore: «Intitolate loro una piazza»

PADOVA Il sacrificio della polizia trent'anni fa al ristorante Le Padovanelle a Padova la ricordano in pochi. Erano i tempi della sola carta stampata e della tv analogica, le tragedie vissute sulla pelle viva non rimanevano impresse sulla Rete, che era ancora lontana a venire.

Giordano Coffen e Giovanni Borraccino erano due poliziotti che il 5 aprile del 1991 erano in servizio quando arrivò una chiamata alla centrale: c'era una rapina in corso al ristorante dell'Ippodromo. I due agenti delle Volanti arrivarono per primi, e andarono incontro alla morte. Uno dei cinque banditi era nascosto in giardino, Coffen e Borraccino vennero uccisi con una raffica di spari.

Erano gli anni della Mala del Brenta, le forze dell'ordine sapevano che sequestri e agguati erano dietro l'angolo ogni giorno. Ad agire quella sera fu una banda di giostrai, tredici vennero indagati per quell'assalto, in tre vennero condannati a 22, 23 e 17 anni di carcere. Ieri a Roma un loro ex collega, oggi senatore, ha voluto restituire loro l'affetto e il riconoscimento che meritano. Manuel Vescovi, senatore della Lega, nella sala Nassirya a palazzo Madama non ha nascosto le lacrime: «Ogni 5 aprile io mi ricordo di voi» ha detto ai familiari presenti con la voce rotta dal pianto. Alla celebrazione c'era anche il

questore di Padova Isabella Fusiello: «Chiederò al sindaco Sergio Giordani di fare in modo che a questi due ragazzi morti per il dovere venga intitolata una piazza o un giardino, in segno di ricordo – spiega – questa è una tragedia che purtroppo è stata cancellata dalla memoria della città, dobbiamo restituire qualcosa a questi ragazzi».

A tenere acceso il ricordo del padre c'è Riccardo Borraccino, figlio di Giovanni, agente della polizia scientifica che lavora a Padova e che ha definito la sua missione in Polizia come «il lavoro più bello del mondo». Ieri alla commemorazione era presente anche il Sottosegretario al ministero dell'Interno Nicola Molteni che non ha esitato a definire la Polizia di Stato uno dei corpi più amati dalla popolazione, l'incontro moderato da Andrea Camaiera (The Skill) si è concluso con una santa messa e con un ricevimento privato dei familiari con il presidente del Senato Maria Elisabetta Casellati.

Roberta Polese

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Palazzo Madama La commemorazione ieri nella sala Nassirya



IN SENATO IL RICORDO DEI DUE AGENTI UCCISI

Coffen e Borraccino, trent'anni fa il sacrificio dei due «eroi dimenticati»

PADOVA A trent'anni dalla morte dei poliziotti Giordano Coffen e Giovanni Borraccino, uccisi da un rapinatore a Padova, in sala Nassirya al Senato si è tenuta una commemorazione. Sono stati definiti eroi dimenticati.

a pagina 7 **Polese**

Coffen e Borraccino, poliziotti uccisi ed eroi dimenticati

A 30 anni dall'uccisione dei due agenti a Padova, il ricordo in Senato. Il questore: «Intitolate loro una piazza»

PADOVA Il sacrificio della polizia trent'anni fa al ristorante Le Padovanelle a Padova la ricordano in pochi. Erano i tempi della sola carta stampata e della tv analogica, le tragedie vissute sulla pelle viva non rimanevano impresse sulla Rete, che era ancora lontana a venire.

Giordano Coffen e Giovanni Borraccino erano due poliziotti che il 5 aprile del 1991 erano in servizio quando arrivò una chiamata alla centrale: c'era una rapina in corso al ristorante dell'Ippodromo. I due agenti delle Volanti arrivarono per primi, e andarono incontro alla morte. Uno dei cinque banditi era nascosto in giardino, Coffen e Borraccino vennero uccisi con una raffica di spari.

Erano gli anni della Mala del Brenta, le forze dell'ordine sapevano che sequestri e agguati erano dietro l'angolo ogni giorno. Ad agire quella sera fu una banda di giostrai, tredici vennero indagati per quell'assalto, in tre vennero condannati a 22, 23 e 17 anni di carcere. Ieri a Roma un loro ex collega, oggi senatore, ha voluto restituire loro l'affetto e il riconoscimento che meritano. Manuel Vescovi, senatore della Lega, nella sala Nassirya a palazzo Madama non ha nascosto le lacrime: «Ogni 5 aprile io mi ricordo di voi» ha detto ai familiari presenti con la voce rotta dal pianto. Alla celebrazione c'era anche il

questore di Padova Isabella Fusiello: «Chiederò al sindaco Sergio Giordani di fare in modo che a questi due ragazzi morti per il dovere venga intitolata una piazza o un giardino, in segno di ricordo – spiega – questa è una tragedia che purtroppo è stata cancellata dalla memoria della città, dobbiamo restituire qualcosa a questi ragazzi».

A tenere acceso il ricordo del padre c'è Riccardo Borraccino, figlio di Giovanni, agente della polizia scientifica che lavora a Padova e che ha definito la sua missione in Polizia come «il lavoro più bello del mondo». Ieri alla commemorazione era presente anche il Sottosegretario al ministero dell'Interno Nicola Molteni che non ha esitato a definire la Polizia di Stato uno dei corpi più amati dalla popolazione, l'incontro moderato da Andrea Camaiera (The Skill) si è concluso con una santa messa e con un ricevimento privato dei famigliari con il presidente del Senato Maria Elisabetta Casellati.

Roberta Polese

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Palazzo Madama La commemorazione ieri nella sala Nassirya



«Una via per le nostre vittime»

► In Senato ricordati Borraccino e Coffen, i due agenti uccisi nella rapina alle Padovanelle

► Il questore Fusiello: «Non c'è e mi meraviglio, sarà mia premura parlare con il sindaco Giordani»

**IL SENATORE VESCOVI
EX POLIZIOTTO:
«QUELLA SERA ERO
IN SERVIZIO A PADOVA
E HO VISSUTO QUEL
MOMENTO DRAMMATICO**

LA COMMEMORAZIONE

PADOVA Presto potrebbe esserci a Padova una strada o una piazza dedicata a Giovanni Borraccino e Giordano Coffen, i due agenti uccisi durante la rapina al ristorante Le Padovanelle il 5 aprile 1991, morti sotto i colpi di proiettile dei rapinatori. Lo promette il questore Isabella Fusiello durante la cerimonia di commemorazione che ieri si è svolta a Roma a Palazzo Madama.

L'INTERVENTO

«A loro è dedicata una targa nei nostri uffici e una struttura della polizia di Stato (la caserma Diaz). Mi meraviglio che a loro nome non ci sia ancora una strada, una piazza o un giardino - ha detto Fusiello - Sarà mia premura parlare con il sindaco Sergio Giordani di questo. So cosa

significa perdere un proprio caro, abbraccio virtualmente i familiari. Padova non ha dimenticato Borraccino e Coffen e il fatto che la commemorazione nel trentennale della loro morte avvenga in Senato è un grande riconoscimento per le loro famiglie, per il loro sacrificio». La consegna delle targhe ai familiari si è svolta nella sala Nassiriya del Senato alle 15 alla presenza del questore, dell'organizzatore e senatore della Lega Manuel Vescovi, del sottosegretario agli Interni Nicola Molteni e moderato da Andrea Camaiera dello studio di comunicazione The Skill. Successivamente don Ulisse Zaggia, cappellano della polizia di Padova, ha officiato la messa alla chiesa San Luigi de' Francesi. Alle 17 i familiari hanno incontrato la presidente del Senato, Maria Alberti Casellati, in due momenti: a causa delle norme anti-Covid si è pensato di dividere il ricordo in due parti, una per Borraccino con la moglie e i due figli, e una per Coffen con i genitori.

LA TESTIMONIANZA

«Ero in servizio quella sera,

ho vissuto quel momento drammatico - ha raccontato il senatore Vescovi ex poliziotto che ha prestato servizio a Padova - Sono momenti in cui ti rendi conto di fare il salto, da ragazzo a uomo. Ho portato la divisa per anni con orgoglio e ci tenevo che i miei colleghi venissero ricordati in Senato, è un simbolo. Quello che ho imparato facendo il poliziotto è lasciare da parte l'io e lavorare in squadra». Molteni ha voluto ribadire, invece, «l'impegno che si prende la politica nei confronti degli addetti della sicurezza e dei poliziotti. Il Paese tutto onori e ringrazi ogni giorno chi, indossando una divisa, rischia la propria vita per il bene dei cittadini». Ricorda quel giorno un altro senatore padovano, Antonio De Poli dell'Udc: «Quell'agguato - ricorda - colpi le coscienze di tutti noi. Ai familiari abbiamo il dovere di dire, con forza, che le istituzioni non dimenticano il sacrificio dei caduti. È il dovere morale e civile della memoria. Chi ha dato la vita servendo la Patria sia considerato un esempio per tutti noi».

Silvia Moranduzzo

© RIPRODUZIONE RISERVATA





LA CERIMONIA Il senatore Manuel Vescovi, il questore Isabella Fusiello e il sottosegretario al Ministero dell'Interno Nicola Molteni

La ripartenza degli studi passa dalla comunicazione

da pag. 29

Affari Legali/ItaliaOggi Sette - Il Who's who 2021 della comunicazione legale in Italia

Comunicatori legal, più voce agli studi per ripartire più forti

Pagine a cura
DI ANTONIO RANALLI

Nonostante la pandemia, la comunicazione legal sembra non conoscere crisi. Un mercato che, secondo le stime, si aggira intorno ai 6 milioni di euro, senza considerare la parte digital, e in cui di anno in anno entrano nuovi player che vanno a erodere quote di mercato alle società più a lungo presenti nel settore. Società che però tengono la posizione e, in molti casi, differenziano la propria offerta per venire incontro alla domanda dell'avvocatura italiana. A guidare la classifica dei comunicatori, secondo quanto emerge dalla undicesima edizione del «Who's who della comunicazione legale in Italia», condotta da Affari Legali- ItaliaOggi Sette, è **Barabino & Partners** che segue in Italia la comunicazione di 23 studi legali (cui se ne aggiungono diversi all'estero). A seguire, **Valetta Relazioni Pubbliche** (19, più alcuni studi esteri seguiti per le *litigation pr* in Italia e l'attività internazionale svolta attraverso il brand *Mirovia*), e, a poca distanza, **Marketude** (15).

The Skill è invece la società che nel 2020 ha avuto il maggior numero di nuovi ingressi (8). Altre società si sono riorganizzate, come il gruppo **SEC** che conta ben tre società per seguire più da vicino il territorio nazionale, mentre sono entrati nel settore legal società di comunicazione blasonate che ancora ne erano fuori, come **Comin & Partners**.

«La pandemia, dal nostro punto di vista, ha accelerato la corsa degli studi legali alla comunicazione», spiega **Marianna Valletta**, fondatrice di Valletta Relazioni Pubbliche. «Si tratta di un processo già in atto da tempo

e che vede sempre di più protagoniste le nuove aggregazioni professionali multidisciplinari e gli studi di medie dimensioni. Questi studi cercano un unico punto di riferimento che possa occuparsi di tutte le tematiche di comunicazione: non solo ufficio stampa ma anche branding, digital ed eventi fino ad arrivare alla progettazione di gestionali per facilitare la comunicazione interna. Se fino a un paio di anni fa il nostro lavoro era prevalentemente dedicato alla gestione della media relations, oggi è l'integrazione delle competenze e dei servizi, interni all'agenzia, il valore aggiunto che i clienti dicono di apprezzare maggiormente, unito alla competenza specifica sul settore legale».

Per il Ceo & Founder di The Skill, **Andrea Camaiora** «le law firm, spesso, non hanno bisogno di soluzioni «pesanti» e The Skill, una realtà giovane, cerca di intercettare esigenze del mercato legale partendo dai contenuti, dalla professionalità, e le coniuga, con il suo stile, in un progetto di comunicazione. Analogamente, i nostri clienti si distinguono per le elevate qualità professionali ancor prima che per le dimensioni. Alcuni nostri progetti di comunicazione si integrano con le consulenze più ordinarie delle agenzie «tradizionali», che fanno spesso benissimo il loro lavoro. Professionisti e legali hanno bisogno di un partner capace di concepire ogni singolo comunicato, ogni articolo o intervista nell'ambito di una strategia d'insieme».

Per **Luca Vitale**, fondatore di **Luca Vitale e Associati** «la pandemia ha avuto impatto sulla comunicazione degli studi che hanno in parte rivisto contenuti e processi. Il messaggio chiave che gli studi adesso trasmetto-

no ai media e ai clienti è la loro capacità di reazione positiva agli effetti negativi di un evento inaspettato come il Covid. Il mercato della comunicazione legale ha ancora ampi margini di crescita, legati soprattutto alle nuove insegne e allo sviluppo geografico. La tendenza degli ultimi anni evidenzia come la comunicazione legale non sia più solo confinata a Milano e Roma. Esistono studi di eccellenza in territori ad alto tessuto produttivo che hanno avviato importanti percorsi di comunicazione e che hanno capito che la promozione del brand e delle professionalità dello studio può accelerare il ritorno alla normalità». Secondo il Ceo di **iCorporate**, **Andrea Gaudenzi** «il livello di consapevolezza e, di conseguenza, di qualità della comunicazione degli studi legali si sta alzando sempre di più. Il presidio dell'ufficio stampa così come dei canali digitali è diventato ormai un «must have». Ma sono sempre di più gli avvocati che ci chiedono media training, per imparare a gestire in maniera efficace il rapporto con i media, e digital training mirati per fornire gli strumenti base che mettano i partner nelle condizioni di divenire nel medio periodo ambassador digitali dei loro studi. Così come vediamo molta curiosità nello sperimentare strumenti come i podcast, ma anche social network innovativi come *Clubhouse*».



II Who's who dei comunicatori legal 2021

Società di comunicazione	Studi legali (anno di incarico)	Studi legali in più (ultimi 12 mesi)	Studi legali in meno (ultimi 12 mesi)
Adhoc Communication	Pedersoli e associati (2010)	0	0
A Quiet Place	Arblit (2018), Lexant (2018), Littler (2018), Masotti Cassella (2017), Studio Monica Pagano (2021), Soresina Fantappiè (2020), Talea (2018)	2 (Studio Monica Pagano e Soresina Fantappiè)	0
AvvCom-Valentina Lombardo Di Monte lato	Studio Legale Cherchi (2020), Studio Legale De Luca (2020), Studio Legale Guarino e Associati (2019), 3Studio Legale Persona e Giustizia - P e G (2020)	3 (Studio Legale Cherchi, Studio Legale De Luca, Studio Legale Persona e Giustizia - P e G)	0
Baboon	DWF (2017)	0	0
Barabino & Partner	Baker McKenzie (2007), Belluzzo & Partners (2016), BGR Tax and Legal (2019), Biscozzi Nobili Piazza (2015), Bonafè Grifoni e Associati (2018), BonelliErede (1999), Studio Campeis (2014), Cintioli & Associati (2015), Cleary Gottlieb (2015), CMS (2015), D'Argenio Polizzi (2018), Elled (2019), Focus (2014), FRM studio legale tributario (2010), Galbiati Sacchi e Associati (2019), Gattai, Minoli, Agostinelli & Partners (2012), Studio Lambertini (2020), Nunziante Magrone (2008), Orrick (2021), RaffaelliSegreti (2020), Edoardo Ricci Avvocati (2019), Trifirò & Partners (2017), ZNR Notai (2020)	4 (RaffaelliSegreti, Studio Lambertini, ZNR Notai, Orrick)	3 (Eversheds Sutherland, Pirola Pennuto Zei, Scarselli & Associati)
Be Media	Studio Legale Giuseppe Franco Ferrari, Studio Legale Stradella	0	0
ClaMor - Comunicare Competenza Legale	Studio Legale Cislighi Lessio (2020), FGA - Ferraro Giove Associati (2019), Naigo - Tax e Legal advise (2020), Studio Legale Palcani (2019), Studio Legale Ursini Il diritto penale dell'impresa (2020) ICA- International Chamber of Arbitration (2020), Uncat - Unione Nazionale Camere Avvocati Tributaristi (2018)	4 (Naigo - Tax e Legal Advise, ICA - International Chamber Of Arbitration, Studio Legale Ursini, Studio Legale Cislighi Lessio)	1 (Studo Legale Daniela Cavallaro)
Close To Media	Pirola Pennuto Zei & Associati (2020)	0	0
Comin & Partners	Herbert Smith Freehills (2020)	1 (Herbert Smith Freehills)	0
Community	Studio BM&A (2017), Gianni Origoni Grippo Cappelli & Partners (2007), Hogan Lovells (2020)	0	0
GPG Associati	Herbert Smith Freehills (2020), Trevisan & Cuonzo (2021)	1 (Trevisan & Cuonzo)	0

Il Who's who dei comunicatori legal 2021

Società di comunicazione	Studi legali (anno di incarico)	Studi legali in più (ultimi 12 mesi)	Studi legali in meno (ultimi 12 mesi)
I&C Servizi	Studio Legale La Scala (2010)	0	0
iCorporate	ArlatiGhislandi (2020), Di Tanno Associati (2017), LCA Studio Legale (2019)	1 (ArlatiGhislandi)	0
Image Building	Andersen (2020), Dentons (2016), Eversheds Sutherland (2021), Fivelex (2021), Gatti Pavesi Bianchi Ludovici (2020), Molinari e Associati (2006), Pavia e Ansaldo (2016), Toffoletto De Luca Tamajo (2008)	2 (Fivelex, Eversheds Sutherland)	1 (Legalitax)
Imprese di Talento srl	C-Lex Studio Legale (2015), Studio Legale Della Corte (2021), Studio Legale Negrolex (2021)	2 (Studio Legale Negrolex, Studio Legale Della Corte)	0
Lewis	Osborne Clarke (2021)	1 (Osborne Clarke)	0
MAD Comunicazione	ArlatiGhislandi (2018)	0	0
Carolina Mailander Comunicazione	Gebbia Bortolotto Penalisti Associati (2021), Responsa Legal Network (2020)	1 (Gebbia Bortolotto Penalisti Associati)	2 (Five Lex, Trevisan&Cuonzo)
Giovanna Marchi Comunicazione	Floreni Studio Legale Associato (2020), LR Lex Avvocati Associati (2018)	0	0
Marketude	Studio Legale Baglio (2019), Belvedere Inzaghi & Partners - BIP (2017), Colonna-Caramanti with Marena (2020), Studio legale Cuscela (2020), De Berti Jacchia (2012), De Bedin & Lee Studio Legale Associato (2019), Massimo Frontoni Caramanti with Marena,ti, Jenny Avvocati, Avvocati (2012), LAWP (2021), Studio Legale Menichino (2020), Paroli Bruno Studio Legale Menichino, Osborne Clarke, Fossa (2016), Studio Francesca Pietrangeli (2016), RLVT (2020), SLS Avvocati Studio Rescigno Carrara Negrolex (2016), Giorgio Tazzia Associati (2017), Tonucci & Partners (2020)	4 (AMTF Avvocati, Jenny Avvocati, Osborne Clarke, Negrolex)	0
MY PR	Studio Legale Daverio & Florio (2009)	0	0
Noesis	Clifford Chance (2013), Foglia & Partners (2017), Portolano Cavallo (2015)	0	1 (Withers)
Omnicom PR Group	Deloitte Legal (dal 2019)	0	0
PBV & Partners	SLATA Studio Legale (2021), SZA Studio Legale (2021), FDL Studio Legale, BSVA Studio Legale (2020), De Donno Associati Studio 3 (SLATA Studio Legale, Legale, Studio Legale Orabona, Rucellai Raffaelli (Sisti), Sinopoli & Associati SZA Studio Legale, (2017), Studio Legale Delfino e Associati Willkie Farr & Gallagher LLP (2017), Alma STS) L&B Partners Avvocati Associati, Alma STS (2021)	6 (Lipani Catricalà & Partners, Liparota Vazzana, Minella, MJH, Siniscalco, Sosta)	0
SEC Newgate Spa	DLA Piper (2017), Grant Thornton (2019), Lipani Catricalà & Partners (2021).	1 (Lipani Catricalà & Partners)	1 (Studio Legale Giacomuzzi)
SEC & Partners	Studio Martinez-Novebaci (2011). Orrick (2021).	1 (Orrick)	0
SEC & Associati	Leading Law (2021).	1 (Leading Law)	0
StampaFinanziaria/PR Consulting	Adacta Tax & Legal (2009)	0	1 (Curtis, Mallet-Prevost, Colt&Mosie)
Gruppo Stratego	Studio Legale Alagna (2021), Studio Cavallaro & Partners SpA (2017), CBA (2020), Concilia Lex (2017), LSCube (2018), Montella Law (2020), Adv. Salvatore Providenti (2019), Ristuccia Tufarelli & Partner (2019), Proxima Law (2021), Studio Legale Scicchitano (2019), Studio Torta (2021).	3 (Proxima Law, Studio Legale Alagna, Studio Torta)	1 (Studio Legale Bressan)
The Skill	B – Società tra Avvocati (2021), Carbonetti e Associati (2021), CF Law (2018), Fantozzi & Associati (2019), Fornari e Associati (2020), Giovanardi Studio Legale (2020), Maio Legal (2018), SZA e FSI (2020), LeXout (2020), Trifirò & Partners (2021), Associazione Internazionale per la Protezione della Proprietà Intellettuale – AIPPI (2020), Associazione Italiana Giuristi d'Impresa – AIGI (2020)	8 (Giovanardi Studio Legale, SZA e FSI, LeXout, B – StA, Carbonetti e Associati, Trifirò & Partners, AIPPI, AIGI)	0
True Relazioni Pubbliche	CastaldiPartners (2019), Greenberg Traurig Santa Maria (2019), Macchi di Cellere Gangemi (2021)	1 (Macchi di Cellere Gangemi)	0
Valletta Relazioni Pubbliche	A+C Avvocati e Commercialisti Associati Crema (2018), Bertolli & Associati (2016), Adv. Fabio Ciani (2015), de Berardinis Mozzi (2018), Di Capua & Partners (2019), FFT Fatigato Follieri Teta (2019), Enrico Follieri & Associati (2019), Lexellent (2017), Lexia Avvocati Milano (2019), Merani Vivani & Associati (2019), Nexta, Professionisti d'impresa (2019), Norton Rose Fulbright (2019), Pepe & Associati (2018), Studio Pugliese (2020), Rubino Avvocati (2018), Tamagnone Di Marco Studio Legale (2020), Tutor Aziendale (Studio Zinghini – 2014), Villa Roveda & Associati (2017), Studio Adv. Alessandra Zotti (2020).	3 (Tamagnone Di Marco, Adv. Alessandra Zotti, Studio Pugliese)	0
Vera Studio	Alonzo Committeri & Partners (2019), Annunziata&Conso (2020), Grimaldi Studio Legale (2014), Innaccone e Associati (2018)	1 (Annunziata&Conso)	0
Luca Vitale e Associati	Gentili & Partners (2020), GR Legal (2020), Jones Day (2006), Marazzi & Associati (2020), Picchi, Angelini & Associati Studio Legale (2019), Spheriens (2016), Studio Sat (2016).	2 (Gentili & Partners; Marazzi & Associati)	0

Elaborazione Affari legali/ItaliaOggiSette sulla base delle informazioni fornite dalle società di comunicazione e delle comunicazioni ricevute tra maggio 2020 e aprile 2021

IL CASO MENEGHINI

**«Ancora una volta
schiacciato
fra due chiese»**

Non si placa la polemica per la mancata assegnazione del premio XXI Luglio a Pino Meneghini. **Alberto Ravecca**, ex direttore della Camera di Commercio di Carrara, amico di Pino sin dalla gioventù, spiega: «Ancora una volta è rimasto schiacciato fra due chiese, quella comunista e quella liberal cattolica. E' il destino di tutta la sua vita pagare la sua autonomia e la sua indipendenza. Non ci vengano a dire che c'è un regolamento, i regolamenti si possono cambiare quando ne vale la pena. Gli si poteva dare un premio nell'ambito delle celebrazioni del XXI Luglio, la borsa di studio è una cosa diversa. Poi c'è stata la furbizia di voler premiare un altro socialista. Ha ragione il figlio Andrea: a Pino la vis polemica non mancava e se potesse risponderebbe molto più a tono di quello

che può fare un amico. Mi sento di fare un elogio alla sindaca per aver capito che Pino in quanto storico non era schierato da una parte o dall'altra». **Andrea Camaiora**, ex capogruppo per il centro destra e giornalista, pensa che «il parere contrario all'onorificenza a uno degli intellettuali sarzanesi più brillanti qualifica i rappresentanti di Pd, Cgil e Anpi per ciò che sono: poveretti. Pino dal Cielo probabilmente starà commentando 'Ma che vergogna'. Meneghini è la persona che ha maggiormente contribuito alla riscoperta dei fatti del 21 luglio 1921, collocandoli in una prospettiva nazionale. E' patetico questo trincerarsi degli ex comunisti dietro il fatto che è scomparso. La verità è che Pino è molto più vivo di certi morti che camminano per via Mazzini e di cui nessuno si ricorda oggi, figuriamoci domani».



IL CASO MENEGHINI

**«Ancora una volta
schiacciato
fra due chiese»**

Non si placa la polemica per la mancata assegnazione del premio XXI Luglio a Pino Meneghini. Alberto Ravacca, ex direttore della Camera di Commercio di Carrara, amico di Pino sin dalla gioventù, spiega: «Ancora una volta è rimasto schiacciato fra due chiese, quella comunista e quella liberal cattolica. E' il destino di tutta la sua vita pagare la sua autonomia e la sua indipendenza. Non ci vengano a dire che c'è un regolamento, i regolamenti si possono cambiare quando ne vale la pena. Gli si poteva dare un premio nell'ambito delle celebrazioni del XXI Luglio, la borsa di studio è una cosa diversa. Poi c'è stata la furbizia di voler premiare un altro socialista. Ha ragione il figlio Andrea: a Pino la vis polemica non mancava e se potesse risponderebbe molto più a tono di quello

che può fare un amico. Mi sento di fare un elogio alla sindaca per aver capito che Pino in quanto storico non era schierato da una parte o dall'altra». Andrea Camalora, ex capogruppo per il centro destra e giornalista, pensa che «il parere contrario all'onorificenza a uno degli intellettuali sarzanesi più brillanti qualifica i rappresentanti di Pd, Cgil e Anpi per ciò che sono: poveretti. Pino dal Cielo probabilmente starà commentando 'Ma che vergogna'. Meneghini è la persona che ha maggiormente contribuito alla riscoperta dei fatti del 21 luglio 1921, collocandoli in una prospettiva nazionale. E' patetico questo trincerarsi degli ex comunisti dietro il fatto che è scomparso. La verità è che Pino è molto più vivo di certi morti che camminano per via Mazzini e di cui nessuno si ricorda oggi, figuriamoci domani».



IL CALENDARIO DEGLI EVENTI

Convegni, teatro e visite: così Anpi vuol ricordare i fatti del 21 luglio 1921

SARZANA

Una settimana di eventi per celebrare il 21 luglio 1921, promossi da Anpi.

L'associazione ha ufficializzato il programma che scatterà venerdì 16 e sabato 17 luglio con un convegno al quale parteciperà tra gli altri il regista Luigi Faccini (autore del film *Nella Città perduta* di Sarzana che racconta quei fatti). Nelle giornate del 16, 21, 24 e 25, visita nei luoghi significativi di quei giorni, il 23 e il 24 laboratori per bambini in piazza Baden Powell e il 24 luglio prima nazionale di uno spettacolo teatrale su Paolino Ranieri, partigiano e sindaco di Sarzana per 25 anni. Il 21 luglio invece l'evento principale a cura del Comune con lo storico Paolo Mieli alla Firmafe.

Sulla destinazione dell'onorificenza cittadina 21 luglio a Bruno Segre infine, non si placano le polemiche. Lo spin

doctor sarzanese Andrea Camaiora critica la decisione di Anpi, Pd e Cgil che non hanno indicato Pino Meneghini: «Una vergogna – commenta – la decisione di un sindacato che rappresenta pensionati, di un partito che evoca soltanto tasse e di un'associazione partigiani senza più partigiani veri ma di altre età e di un'altra ideologia. Amanti di quelli che tenevano i fucili nascosti agli Impavidi sognando una rivoluzione comunista. Meneghini è la persona che ha maggiormente contribuito alla riscoperta dei fatti del 21 luglio 1921. Quando chiesi il ritiro della cittadinanza onoraria al dittatore comunista sanguinario della Corea del Nord, Kim Il Sung, la risposta fu: non si può perché è morto. Ora il premio a Meneghini non si può dare per la stessa ragione. Ma Pino è molto più vivo di certi morti che camminano per la città». —

A. G. P.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Andrea Camaiora



Superficie 11 %

Il 30% teme l'esposizione mediatica legata alle inchieste e valuta la protezione dal danno reputazionale

LE PAURE DEI LIBERI PROFESSIONISTI

In testa ci sono fatture non pagate e furto d'identità digitale

DI STEFANO FOSSI

È una sorta di limbo fatto di attesa e di preoccupazione quello in cui vivono tanti liberi professionisti. Una situazione di difficoltà generata dal pesante contraccolpo economico determinato dalla pandemia, un contraccolpo ancora difficile da misurare nei suoi effetti a medio-lungo termine. Uno studio commissionato da DAS, compagnia di Generali Italia specializzata nella tutela legale, ha provato a indagare sui timori del mondo dei non garantiti. Sono stati coinvolti 800 liberi professionisti che da una parte operano in aree di tipo tecnico (geometri, architetti, ingegneri) e dall'altra in aree economico, tributarie e giuridiche.

La ricerca racconta che il mancato pagamento delle fatture è in cima alle preoccupazioni del settore (64%), seguito dal furto di identità informatica (41%) e dall'eventuale esposizione mediatica a seguito di inchieste penali in cui potrebbero essere coinvolti (30%). Il mancato pagamento di fatture è giudicato un evento possibile da 3 professionisti su 4. Il 77,2% ritiene che si possa verificare, per il 43,6% avviene abbastanza e molto di frequente. La maggior parte dei professionisti è riluttante a procedere per via giudiziaria. Il 73,4% preferisce gestire autonomamente la questione e rivolgersi al legale in caso di persistenza del problema. Il 18,1% degli intervistati pensa che le contestazioni sulla prestazione professionale siano abbastanza e molto frequenti. Il 10% ritiene abbastanza frequenti le vertenze di lavoro con dipendenti e collaboratori.

Più contenuti i timori per l'aumento delle contestazioni fiscali-amministrative (14%), i possibili procedimenti penali per contagi da Covid (13,2%), la concorrenza sleale di un ex

collaboratore (8,7%), o una vertenza di lavoro di un dipendente (6,9%). Sul fronte delle controversie il 41,8% dei professionisti dell'area fiscale-giuridica si rivolge all'avvocato di fiducia dello studio e il 20,7% alle compagnie assicurative. Nelle professioni tecnico-scientifiche, il 35% si rivolge all'avvocato dello studio, il 21,2% all'ordine professionale e il 18,2% alle assicurazioni. Per quanto riguarda la spesa assicurativa media dei liberi professionisti è di 1.147€, le professioni economico-giuridiche spendono di più: 1.347 euro. Le compagnie, inoltre, iniziano a valutare i costi di danno e ripristino reputazionale. La stessa DAS, ha stretto un accordo con lo studio di comunicazione The Skill, specializzato in comunicazione di crisi, per offrire ai propri assicurati un supporto in caso di processo mediatico. «Si tratta di una novità importante» dice il Ceo di The Skill, **Andrea Camaio**. «Per la prima volta, dopo anni di vite e carriere distrutte da violente vicende mediatico giudiziarie, un autorevolissimo player del settore si preoccupa di dare effettiva copertura al danno reputazionale, fronte che richiede elevati livelli di specializzazione ed esperienza sul campo. Non potrebbe che essere così: la reputazione è il patrimonio più importante del nostro tempo e, considerata l'evoluzione della giurisprudenza e la spettacolarizzazione della giustizia, il solo modo per tutelarla è una risposta integrata tra legali e comunicatori recepita dall'ordinamento giuridico dalla fondamentale sentenza della Cassazione n.6827/2014 e che sempre più esplora modalità originali e non convenzionali». (riproduzione riservata)



Andrea Camaio



Superficie 41 %

VELENI IN PIAZZA

DI GIANFRANCO FERRONI

STRANA SPY-STORY IN VIA VENETO

Accadono fatti singolari, nel centro di Roma. Roba da evocare le guerre di spie che una volta caratterizzavano via Veneto, la strada della dolce vita. Chi lavora nei dintorni di piazza Barberini ha notato per alcuni giorni uno strano giro serale di grandi sacchi dell'immondizia: sempre appoggiati agli ingressi (ma quelli chiusi) della metropolitana, pieni, trasparenti.

Grazie a questa insolita visibilità mostravano all'interno strisce finissime di carta, come quelle dei tritadocumenti in uso alle ambasciate ed agli uffici riservati del mondo della politica e dell'economia. Comunque, erano situati lontano dai cassonetti. Testimoni affermano che i sacchi sono stati poi prelevati da qualcuno, ma non con mezzi dell'Ama: si trattava di auto normalissime. Potrebbe essere una strana spy story: magari ora qualcuno passerà settimane a ricostruire quei documenti ridotti a fettucine...

MATTARELLA HA A CUORE LE DIMORE STORICHE

Prima di sbarcare nel sacro tempio calcistico di Wembley, per assistere alla finale degli Europei di calcio, ecco un incontro con le nostre dimore storiche. Nella casa degli italiani per eccellenza, il Quirinale, Mattarella ha incontrato il presidente di Adsi Giacomo di Thiene. Dopo convenevoli vari da terzo tempo di una partita, con foto di rito e scambi di cadeaux, il match si è concentrato sul futuro dei beni culturali privati. Con di Thiene che, in pressing, ha ricordato gli sforzi economici che i proprietari di questi beni compiono quotidianamente per restaurare e valorizzare un patrimonio immobiliare che fuori dall'Italia si sognano di avere. Un serato uno-due quello dei presidenti: chissà se rimarrà un episodio singolare, con tanto di saluti e care cose finali, oppure se smuoverà un mondo della cultura di cui a parole tutti si occupano, ma che poi spesso rimane fermo al palo.

ELKANN SEDUTO AL MORO PENSA ANCHE A PEUGEOT

John Elkann quando è a Roma ama

la buona cucina, come ha dimostrato l'altro giorno *Dagospia* che ha mostrato un'immagine dell'erede di casa Agnelli seduto a tavola (era di quelle situate, all'aperto, del ristorante «Al Moro», guidato da Andrea Romagnoli). Oltre al business delle batterie, Elkann aveva a cuore anche la consegna delle nuove Peugeot alla Guardia di Finanza. Dopo la fusione, bisogna seguire tutti i marchi automobilistici...

FOA ELOGIA RADIO RAI

«Gli ottimi risultati di Rai Radio sono un grande successo per l'azienda, ancor più significativi considerando che sono in controtendenza rispetto al mercato. Questi dati, davvero straordinari, coronano un percorso di rinnovamento sia editoriale, che ha permesso di rafforzare felicemente l'identità delle reti sia di investimento strutturale e multimediale, che promette grandi soddisfazioni nel prossimo futuro»: parole del presidente della Rai, Marcello Foa. In particolare, «Rai Radio2 è la radio che sempre di più si ascolta, si guarda e si condivide: con una strategia nativamente crossmediale che integra in un unico flusso produttivo la Radio, la Visual Radio su Rai Play, la Televisione, i Social, le piattaforme di streaming e gli eventi sul territorio», ha sottolineato il direttore Paola Marchesini. Qualche dato? Nei primi sei mesi del 2021 Rai Radio2 è cresciuta del +22% in share, del +12% nel giorno medio rispetto al primo semestre del 2019 e del +14% sul secondo 2020, superando i 2.8 milioni di ascoltatori nel giorno medio. Lo dicono le rilevazioni Ter.

BASTA «CASI TORTORA» ARRIVA LO SCUDO

Uno scudo contro la gogna mediatica. Basta con i «casi Tortora», che umiliano e danneggiano persone che hanno costruito la loro reputazione professionale: ora Das, prima compagnia di assicurazioni di tutela legale in Italia appartenente al gruppo Generali, aggiunge alla classica polizza di tutela per i professionisti uno scudo nei processi mediatico-giudiziari, scegliendo come partner lo studio di comunicazione The

Skill, guidato da Andrea Camaiora, specializzato in litigation pr e crisis communication. Una vera svolta per il settore assicurativo, perché consentirà ai sottoscrittori di beneficiare di una difesa prima del dibattimento, quando si finisce «processati» sulle pagine dei giornali.

QUANDO MITTERRAND ANDAVA DALLA SUA NIKI

François Mitterrand, da presidente della repubblica francese, veniva a Capalbio a trovare Niki de Saint Phalle di nascosto, anche se solo per qualche ora. Il terreno sul quale Niki ha realizzato il suo sogno d'artista è stato un regalo della famiglia Caracciolo, grazie all'amicizia coltivata con Mirella, poi diventata moglie di Gianni Agnelli. Ecco due buoni motivi per ammirare più di cento opere, tra sculture, disegni, video e fotografie comprese tra gli anni Sessanta e gli anni Novanta, alcune delle quali inedite, nella mostra «Il luogo dei sogni: il Giardino dei Tarocchi di Niki de Saint Phalle», da oggi al 3 novembre a Capalbio. Con l'esposizione il comune maremmano rende omaggio all'opera e al rapporto con l'Italia di Niki, pittrice, scultrice e regista francese. La rassegna, con l'allestimento a cura di Viviana Panaccia, è una mostra diffusa sul territorio di Capalbio: muovendosi da due luoghi nel borgo antico, Palazzo Collacchioni e la galleria Il Frantoio, si giunge al Giardino dei Tarocchi, la sua opera più significativa. Il parco, situato in località Garavicchio, nel territorio del celebre paese maremmano, è il risultato di una vita intera dedicata all'arte. La generosità dei collezionisti, con la collaborazione della Fondazione il Giardino dei Tarocchi, The Niki Charitable art foundation e Fondazione Capalbio hanno reso possibile questo progetto che si svolgerà in contemporanea alla retrospettiva dedicata a Niki de Saint Phalle organizzata a New York al MoMa PS1.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Superficie 38 %



Sala intitolata a Meneghini L'iniziativa di Camaiora

L'omaggio all'intellettuale sarzanese morto nel dicembre 2017 a 78 anni
Si trova nella 'Roma bene', ai Parioli, nella sede del Gruppo The Skill

LA PROPOSTA

**Nell'attesa di vedere
anche a Sarzana,
la sua città, una
strada o una piazza
dedicate a lui**

A Roma, una sala è stata intitolata a Pino Meneghini, intellettuale sarzanese, scomparso improvvisamente il 22 dicembre del 2017, all'età di 78 anni. Si trova nel cuore della 'Roma bene'. A viale Parioli 56, nella sede del Gruppo The Skill, dove una delle sale riunioni è dedicata alla sua memoria. L'iniziativa è dell'amministratore di The Skill, Andrea Camaiora, legato a Pino Meneghini da un'amicizia molto forte, adottata, sostiene Camaiora, in attesa di vedere a Sarzana una strada o una piazza dedicata a lui. Fra l'altro per ben tre volte nonostante la proposta dell'attuale amministrazione la sua candidatura al premio XXI luglio è stata bocciata dalla commissione preposta.

«Ci sembrava giusto dedicare la sala verde della nostra società alla memoria di un comunicatore e intellettuale vero, autentico, rotondo, che mi ha insegnato tantissimo – afferma Andrea Camaiora – ringrazio i figli di Pino, Andrea e Paolo, per aver accolto da subito con affetto e favore la mia iniziativa e mi pare giusto darne notizia in questi giorni, poco prima della ricorrenza del 21 luglio 1921, cui lo storico Meneghini ha dedicato tempo e sacrificio. È per me anche difficile spiegare quanto Pi-

no fosse un uomo di pensiero sovradimensionato rispetto a Sarzana, una persona colta, senz'altro, arricchita da un'esperienza politica che gli ha permesso di avere una visione completa della complessità dei problemi del mondo».

«Una persona che aveva anche un profondo senso dell'umanità – prosegue Camaiora – della carità, dell'amicizia e che non viveva di pregiudizi, pur avendoli come chiunque. Un amante di tutte le cose belle della vita. È stato nel tempo persona ascoltata, talvolta più talvolta meno, da figure politiche rilevanti della storia recente della nostra città: Lorenzo Forcieri, Corrado Peroni, Massimo Caleo, Alessio Cavarra. Ora a Roma la 'Sala Meneghini', impreziosita anche dai libri scritti da Pino, dà il benvenuto ai visitatori ed è luogo di incontro con personalità di calibro nazionale che visitano il nostro studio di comunicazione e che si interessano al nome del luogo che li ospita. Una scelta apprezzata, perché cerca di testimoniare un profondo senso di gratitudine a Pino, ma in generale a tutti coloro i quali, nella vita di ciascuno di noi, ci hanno insegnato qualcosa e ci hanno aiutato a crescere». «Una scelta anche coerente con l'aria che si respira a The Skill, visto che – specialmente quando salgono tensioni e toni, nella concitazione del lavoro – la lingua con la quale si comunica abitualmente è il sarzanese e, da Venezia a Ragusa, tutti i colleghi hanno imparato almeno a comprenderlo».



Superficie 22 %

L'IDEA DEL GRUPPO DI COMUNICAZIONE THE SKILL

A Roma sala dedicata a Pino Meneghini

SARZANA

Una sala intitolata a Pino Meneghini. In attesa di vedere una piazza o una strada intitolati all'intellettuale sarzanese contemporaneo, scomparso il 22 dicembre 2017, una sala a lui dedicata c'è già. Roma in viale Parioli 56, sede del gruppo di comunicazione moderna The Skill. L'iniziativa è dell'amministratore della società, Andrea Camaiora, legato a Meneghini da un'amicizia molto forte: «Giusto dedicare un pensiero alla memoria di un comunicatore e intellettuale vero, autentico, rotondo, che mi ha insegnato tantissimo – dice Camaiora - Ringrazio i figli di Pino, Andrea e Paolo, per aver accolto con favore la mia iniziativa e mi pare giusto darne notizia in questi giorni, poco prima della ricorrenza del 21 luglio 1921, cui Pino ha dedicato tempo e sacrificio. Difficile spiegare quanto Pino fosse un uomo di pensiero sovradimensionato rispetto a Sarzana, una persona colta e di grande esperienza politica». —

A.G.P.

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 3041



SOCIETÀ DI COMUNICAZIONE

The Skill di Camaiora apre a Sarzana

SARZANA

The Skill approda a Sarzana. Il gruppo fondato da Andrea Camaiora che si occupa di comunicazione, editoria e formazione, attivo su Roma, Milano e Padova, con clientela internazionale anche da Francia, Spagna, Lussemburgo, Albania e Costa d'Avorio ha scelto di investire in città, dove entro fine estate aprirà una sede. Camaiora (ex consigliere comunale), poteva scegliere tra La Spezia, Leri, Genova, Pontremoli e Firenze, ma ha privilegiato il suo luogo di origine per dare un nuovo impulso e lanciare la formazione in loco. The Skill ha il suo quartier generale a Roma e si è sviluppato intorno ai campi di specializzazione di Camaiora. In questi anni sono nati i progetti "The Skill Press" (dedicata all'editoria), "Learn" (formazione) e «Skill On Air», che sviluppa di progetti radiofonici e di moderno podcasting con contributi audio presenti su tutte le più importanti piattaforme da Spotify a Apple podcast, da Spreaker a Google podcast. —



Superficie 10 %

The Skill si riorganizza: al via la holding del gruppo

Nasce The Skill Group, holding che coordinerà le attività dell'omonimo gruppo (www.theskill-group.it), lungo le quattro business unit attive: lo studio di comunicazione The Skill, la casa editrice The Skill Press, Skill On Air e Learn The Skill. Più nel dettaglio, lo studio di comunicazione The Skill è specializzato in comunicazione strategica, di crisi e vicende mediatico-giudiziarie, nonché nella comunicazione trasparente finalizzata alla compliance, e rappresenta il nucleo centrale intorno al quale sono cresciuti progressivamente servizi e attività, portando alla nascita di ognuna delle altre business unit aziendali.

The Skill Press, nata nel 2018, pubblica titoli di approfondimento, in versione cartacea o ebook, distribuiti in formato digitale sulle piattaforme Amazon e Kindle e in formato cartaceo sul circuito Ibs. Dal 2019, invece, Skill On Air è dedicata al podcasting; nel 2021 ha realizzato il format di radio in store per un'insegna nazionale della gdo (grande distribuzione organizzata). Infine, c'è Learn The Skill che si muove parallelamente all'attività accademica e formativa di Andrea Camaiora, docente in atenei statali e non statali, business school e fondazioni e soprattutto ceo di The Skill. Per tre anni, Camaiora ha guidato anche il team di comunicazione strategica Spin, attivo tra le città di Roma e Milano.

Il gruppo The Skill comprende tre sedi principali (dislocate a Roma, Milano e Padova) e si appresta ad aprire nuovi uffici in altre regioni italiane. «Le nostre prossime scommesse», ha dichiarato Camaiora, «potrebbero essere Liguria, Puglia e Sardegna, provando a privilegiare i piccoli centri ai capoluoghi, con sedi finalizzate a seguire progetti ben precisi e a riscoprire, dopo la tempesta Covid, il piacere e l'utilità di incontrare i clienti e di lavorare con i colleghi in spazi comuni. Da qui anche la scelta di trasferirci a Padova nel nuovo ufficio, nella centrale piazzetta Petrarca».



OGGI ALL'AGRITURISMO IL BURANCO

Premio Cinque Terre: giornalisti a Monterosso

MONTEROSSO

Oggi alle 18 a Monterosso al Mare, presso l'agriturismo Buranco si svolgerà l'undicesima edizione del premio giornalistico "Cinque Terre", fondato da Arrigo Petacco, promosso dall'associazione "Amici delle 5 Terre" presieduta da Luigi Grillo e realizzato con il contributo della Fondazione Carispezia e dei cantieri navali Sanlorenzo.

Un appuntamento fisso, ideato e organizzato non solo per celebrare grandi firme del giornalismo nazionale ma anche allo scopo di promuovere le attività e le iniziative volte alla valorizzazione della storia e delle tradizioni culturali legate alla popolazione e ai paesi delle Cinque Terre.

Anche quest'anno verrà premiata una figura del mondo dell'informazione dalla giuria presieduta da Maurizio Belpietro, direttore de *La Verità* e composta da Alessandro Sallusti, direttore di *Libero*, Agnese Pini, direttrice de *La Nazione*, Francesco Maria Del Vigo, vicedirettore de *"Il Giornale"*, Paolo Ardito, capo della redazione spezzina de *Il Secolo XIX* e Franco Manzitti, già caporedattore della cronaca genovese de *La Repubblica*, oggi a *Primocanale*, mentre il moderatore dell'incontro sarà Andrea Camaiora (*The Skill Group*).

Nelle passate edizioni tra i premiati Tony Capuozzo, Federico Cappelletti, Stefano Livadiotti, Oscar Giannino, Angelo Zomegnan, Antonio Ricci, Aldo Cazzullo, Bruno Vespa, Paolo Del Debbio e Giuseppe Cruciani. —

R.S.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 3041



Superficie 8 %

Monterosso

Premio 'Cinque Terre' all'agriturismo Buranco

Oggi a partire dalle 18 va in scena l'11esima edizione della manifestazione fondata da Petacco

MONTEROSSO

Non al Molo dei Pescatori, location storica della manifestazione, ma all'agriturismo Buranco. Si svolgerà lì, sempre a Monterosso, oggi a partire dalle 18, l'undicesima edizione del premio giornalistico 'Cinque Terre', fondato dallo scomparso Arrigo Petacco (scrittore, storico, giornalista ed ex direttore de 'La Nazione') promosso dall'associazione 'Amici delle 5 Terre' presieduta da Luigi Grillo e realizzato con il contributo della Fondazione Carispezia e dei cantieri navali Sanlorenzo.

Un appuntamento fisso, ideato e organizzato non solo per celebrare grandi firme del giornalismo nazionale, ma anche allo scopo di promuovere le attività e le iniziative mirate alla valorizzazione della storia e delle tradizioni culturali legate alla popolazione e ai paesi delle Cinque Terre. Anche quest'anno verrà premiata una figura del mondo dell'informazione, di cui sarà ri-

velato il nome soltanto durante l'evento a numero chiuso. A farlo sarà la giuria presieduta da Maurizio Belpietro, direttore de 'La Verità', e composta da Alessandro Sallusti, direttore di 'Libero', Francesco Maria Del Vico, vicedirettore de 'Il Giornale', la responsabile della redazione spezzina de 'La Nazione' Roberta Della Maggesa e il corrispondente collega de 'Il Secolo XIX' Paolo Ardito, oltre che da Franco Manzitti, già caporedattore della cronaca genovese de 'La Repubblica', oggi all'emittente Primocanale. A moderare l'incontro che vedrà protagonista il premiato e proprio i giurati, che gli porranno domande di approfondimento su temi di grande attualità, sarà Andrea Camaiera (The Skill Group). Ricordiamo che, nelle passate edizioni, sono state premiate 'pennine' del calibro di Tony Capuozzo, Federica Cappelletti, Stefano Livadiotti, Oscar Giannino, Angelo Zomegnan, Antonio Ricci, Aldo Cazzullo, Bruno Vespa, Paolo Del Debbio e Giuseppe Cruciani. D'altra parte, il premio ha rilevanza nazionale e spesso è stato protagonista di servizi televisivi di approfondimento anche sulle reti Rai e Mediaset.

Marco Magi



Luigi Grillo, presidente dell'associazione 'Amici delle Cinque Terre'

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 3041



Superficie 34 %

VELENI IN PIAZZA

DI GIANFRANCO FERRONI

A PUNTA ROSSA «GIUSEPPI» RISCHIA L'INCONTRO COI CINGHIALI

Giuseppe Conte ama Punta Rossa, ma quando i frequentatori della meta delle vacanze dei vip di Roma sono numerosi sorge qualche problema. C'è troppo traffico. Un esempio? Giorni fa, le auto della scorta dell'ex premier sono rimaste incolonnate nella strada che porta al lussuoso resort. Che si fa? Piuttosto che aspettare nell'auto blu con l'aria condizionata, Conte ha deciso di abbandonare la vettura e fare una lunga passeggiata per raggiungere l'agognata destinazione. Chi frequenta Punta Rossa cerca di evitare di percorrere a piedi quel sentiero, perché c'è chi ha avuto un cordiale «faccia a faccia» con i cinghiali: nella zona non ne mancano. Quando la notizia dell'avventurosa impresa di Conte ha iniziato a circolare, il commento è stato unanime: «Non c'è che dire, "Giuseppi" è uno che non ha paura di fare cattivi incontri».

DA LUIGI GRILLO C'È GALLERA

Quello che in Liguria viene definito «il re dello sciacchetrà», Luigi Grillo, ovvero l'ex potente senatore, prima nella Dc e poi in Forza Italia, che pacificò i rapporti tra il governatore della Banca d'Italia Antonio Fazio e il presidente del Consiglio Silvio Berlusconi, l'uomo che ha scritto più di una legge finanziaria e che conta da sempre importanti amici nel mondo della finanza bianca (citofonare Acri) e delle infrastrutture (Aiscat), ha ospitato presso la sua azienda agricola Buranco l'undicesima edizione del Premio Giornalistico Cinque Terre. Molti i vip accorsi a Monterosso

per tributare gli onori al premiato, l'inviato di guerra del quotidiano *Il Giornale*, Fausto Biloslavo. Tra gli altri c'erano il presidente della giuria, il direttore della *Verità*, Maurizio Belpietro, poi l'ex assessore regionale alla Salute della Lombardia Giulio Gallera, passando dall'ex europarlamentare Vito Bonsignore al ceo del gruppo The Skill, Andrea Camaiera, al giornalista de *Il Giornale*, Stefano Zurlo, e senza dimenticare una nutrita pattuglia di consiglieri regionali ed esponenti politici vicini al governatore ligure Giovanni Toti, in testa il sindaco di La Spezia, Pierluigi Peracchini.

NEL PD NON PIACE ORLANDO AL GOVERNO

«È stato un errore madornale quello di mettere Andrea Orlando come capo delegazione del partito, nel governo di Mario Draghi», mugugnano numerosi parlamentari del Pd. «È un errore è stato anche quello di metterlo nell'esecutivo come ministro del Lavoro, questo ci porta alla rovina», continuano, spifferando che «tutto è nato per togliere a Dario Franceschini, uno che il suo mestiere lo sa fare e pure bene, l'ultima parola su chi mettere come consigliere in quota Partito democratico alla Rai». Addirittura...

UN ALTRO PREMIO PER VELTRONI

Ormai colleziona senza sosta riconoscimenti, ma non per la sua attività politica. Walter Veltroni ritirerà il premio Città del diario 2021 domenica 19 settembre, attribuito dall'Archivio dei diari all'ex sindaco di Roma come ringra-

ziamento «per l'impegno profuso per la memoria nel corso di una lunga carriera intellettuale e politica, per la grande capacità di dare voce e dignità a chi è lasciato ai margini della narrazione pubblica». Tutti a Pieve Santo Stefano, allora.

METTI LAURA MORANTE E HOUELLEBECQ

Metti insieme Laura Morante e Michel Houellebecq. Tra l'attrice italiana e lo scrittore francese il dialogo è fitto, dopo quello che è stato visibile a molti a Parma, nella tappa in trasferta de «La Milanese». C'è chi giura che non mancheranno sorprese, in futuro.

LA VISIONE DI FERRANDO SU KABUL

Il Partito comunista dei lavoratori, quello caro a Marco Ferrando, spiega cosa è successo a Kabul: «Dopo "vent'anni di civiltà" torna al potere la reazione talebana, col consenso di quei civilizzatori che l'avevano additata come ragione di guerra. Il ritorno della reazione talebana a Kabul è stata pattuita tra imperialismo Usa e capi talebani a Doha nel febbraio 2020. Biden ha gestito convintamente la scelta di Trump. L'imperialismo Usa ha deciso che i costi della missione afgana erano troppo grandi rispetto ai vantaggi, sia dal punto di vista economico che sotto quello del consenso interno. Disfarsi della missione afgana è stata la promessa comune della campagna elettorale americana, una promessa che non si poteva tradire. Ma la civiltà dove è finita? Prosegue indefessa in tante altre parti del mondo, ovunque esistono truppe di occupazione. In Afghanistan si è presa una vacanza». Amen.



Superficie 33 %

Il documentario di The Skill

Vaccini e cultura: una fotografia dell'Italia che riparte

■ Un tributo alle donne e agli uomini che hanno lottato contro la pandemia, attraverso un racconto intenso ed emozionante che passa dalla scienza alla cultura. Da Nord a Sud, da Est a Ovest dello Stivale. *È Ripartenza: l'Italia Unita contro il Covid* il titolo del cortometraggio presentato alla 78a edizione della Mostra internazionale d'arte cinematografica di Venezia, nello Stand della Regione del Veneto, oggi alle 11.30.

Un'opera - come si legge nel comunicato - prodotta da The Skill Group, holding attiva nel settore della comunicazione strategica, che dà voce a insegnanti, medici, imprenditori, anziani, protagonisti delle istituzioni e soprattutto esponenti del mondo culturale. Per il Ceo del Gruppo The Skill, Andrea Camaiora, il messaggio è chiaro: «Il nostro è un grande inno alla scienza e ai vaccini, ma pure un monito. Lasciate alle spalle i mesi più drammatici del 2020 e quelli difficili del 2021, c'è chi sembra aver dimenticato ciò che abbiamo passato e chi è tentato dal proporre logiche da assurde tifoserie contrapposte». Il documentario ha il pregio di ricordare anche ai più distratti gli incubi del nostro recente passato: l'incertezza sulla natura del virus, il Papa che celebrava messa in una San Pietro deserta, i musei vuoti, i camion carichi di morti, la ricerca spasmodica di mascherine, gel e ventilatori, gli italiani chiusi in casa e affacciati al balcone, le code al supermercato e alle farmacie, un quadro apocalittico che consente al primo commissario per l'emergenza Covid, Domenico Arcuri, di rivendicare come «solo quattro mesi dopo lo scoppio della epidemia, l'Italia era in grado di produrre a casa tutto il necessario per contrastare il virus».





LUCA BERNARDO

“Dopo la Città Verticale punterò su quella Orizzontale, perchè anche i quartieri popolari vanno riscattati”

La sicurezza è un grave problema per la città e va risolto subito

Le ciclabili vanno riviste così sono un pericolo per i cittadini

di **Andrea Camaiora**

Puntuale, eloquente, solare, affabile. Luca Bernardo è l'uomo che il centrodestra ha individuato per sfidare a Milano il sindaco uscente, Beppe Sala. Da medico ha scelto come proprio slogan «Curare Milano». Cinquantaquattro anni, primario di pediatria al Fatebenefratelli, importanti esperienze in Italia e all'estero, alla Cornell University di New York e al Miami Children's Hospital. Laurea in Medicina all'Università Statale, specializzazione in pediatria e patologia neonatale. A Milano è stato responsabile dell'ambulatorio immigrati del Fatebenefratelli, ha diretto la Pediatria e il dipartimento Materno-infantile. Dal 2010 è anche direttore ad interim del reparto di Neonatologia e Terapia Intensiva Neonatale del Macedonio Melloni. Nel 2017 è stato chiamato dall'Anticorruzione (Anac), guidata da Raffaele Cantone, come esperto nazionale in ambito sanitario. Fra le sue pubblicazioni i libri «Il bullismo femminile», «L'età dei bulli. Come aiutare i nostri figli» e «Sottopelle».

Professor Bernardo, essere candidati a sindaco di Milano è un grande onore ed una grande responsabilità. Se eletti, significa impegno, sacrificio, tempo sottratto alla famiglia e certezza di esporre la propria vita familiare e privata ai riflettori. Oggi tutti scappano dalla politica. Lei sceglie l'impegno pubblico: perché?

Ho avuto la fortuna di due belle famiglie, quella in cui sono cresciuto, molto solida, e quella costruita con mia moglie Francesca, 25 anni di matrimonio straordinario, coronati dalla nostra Lucrezia. Ho svolto importanti esperienze lavorative, anche all'estero, ma ho scelto la mia città, Milano, come luogo dove dare il mio contributo, sul piano professionale ed umano, dedicando tempo alla cura

del disagio giovanile. Mi sento dunque già uno 'del pubblico' e, come dico ai miei studenti, chi è fortunato deve saper donare qualcosa alla propria comunità. Ora, dopo la lotta al Covid vissuta a fianco di colleghi medici ed operatori sociosanitari straordinari, è venuto il momento di pensare a alla mia città.

Milano ha pagato un grande prezzo nella guerra al Covid.

Il virus pandemico è entrato in Italia dalle città del Nord e tra queste Milano.

Avere sfidato il virus per primi, quando nessuno sapeva nulla del Covid e quando il contagio ha potuto divampare senza alcun contrasto, ha fortemente stressato il sistema sanitario lombardo, che sappiamo essere il più efficiente in Italia. A luglio la Giunta ha presentato una proposta di riforma e il dibattito è aperto: chi vorrebbe un'offerta concentrata nell'ospedalità pubblica e chi -come l'Associazione della Ospedalità Privata (Aiop) della Lombardia- sostiene ragioni e vantaggi dell'integrazione pubblico-privato. Quello lombardo è un sistema da radicalmente cancellare?

Assolutamente no. E proprio la lotta al Covid a dimostrarlo. La sanità privata ha fornito un contributo molto significativo, aprendo reparti Covid e collaborando alla realizzazione del piano vaccinale. Occorre pensare a una unica, grande sanità, capace di offrire alle persone -nella sua varietà organizzativa- le terapie migliori. I dati elaborati da Agenas e recentemente resi pubblici lo dimostrano.

Professore, veniamo ai suoi interessi. Sono un grande appassionato di sport; mi piace l'arte contemporanea e quella del '700-'800, i mercatini, le città d'arte, gli spettacoli.



Superficie 72 %

Cosa è mancato a Milano in questi anni? Luca Bernardo cosa può offrire di più alla sua città?

Ascolto e confronto. Sala si è chiuso nel Palazzo e nei quartieri bene della città. Il centro è fondamentale ma io sogno una Milano policentrica, che già esiste e che deve essere valorizzata: anche i quartieri popolari meritano di essere riscattati, sviluppando le loro peculiarità. Il recupero del tessuto urbano, la qualità degli arredi, le aree verdi e gli spazi comuni, l'illuminazione: sono queste le migliori precondizioni per una città più vivibile. Milano è poi città multiforme: pensiamo agli agricoltori milanesi e alle porzioni di campagna che ancora ci sono: non c'è solo una "città verticale", pensata e progettata dai nostri più grandi sindaci Albertini e Moratti, ma anche una "città orizzontale" alla quale intendo dedicare le mie energie.

E poi cultura, movida, sport: Milano non può essere la città della Settimana e dei Giorni. Vogliamo una città che sia continuamente attrattiva, ogni giorno dell'anno. La Scala deve ritornare da teatro di repertorio a teatro di stagione. I teatri devono sviluppare la loro vocazione naturale, richiamando pubblico e artisti dall'Italia, dall'Europa e dal mondo. Il patrimonio offerto dai lasciti della storia antica, moderna e contemporanea sono giacimenti culturali essenziali per il futuro.

Come pensa di riuscirci?

Apprendoci al confronto: i cassetti del Comune sono oggi vuoti di progetti e idee. La spinta propulsiva di Moratti e Albertini si è esaurita; per questo occorre ripartire dal dialogo. Il modello dell'uomo solo al comando non è sufficiente: occorre piuttosto un impegno corale,

per una Milano in cui le professionalità migliori -cittadini, intellettuali, imprenditori, esperti- non si sentano escluse ma, anzi, che possano portare a palazzo Marino le loro più brillanti proposte. E poi...

E poi?

Serve una città più sicura. Le forze dell'ordine fanno già un lavoro straordinario ma dobbiamo aumentare anche il livello di sicurezza percepita. Solo così costruiremo una città davvero vivibile: per i milanesi; e poi per i giovani, per canalizzare in modo più sano i loro entusiasmi e contenere il disagio sociale; per gli anziani, per donare loro quella serenità normale in una società che si vuole definire autenticamente civile e che oggi manca.

Se eletto, cosa cancellerà e cosa vorrà realizzare subito

Voglio cancellare il senso di insicurezza. Ritengo un errore la sospensione in agosto del cosiddetto "vigile di quartiere". Noi andremo nella direzione opposta. E poi la lotta alle barriere architettoniche: Milano deve essere un modello per il mondo. In questo senso va rivista la politica sulle piste ciclabili che, realizzate così, sono un problema per disabili, automobilisti, pedoni e naturalmente per gli stessi ciclisti.

Mobilità e verde?

La lotta al Covid e la prevenzione in generale dei virus richiedono uno sforzo in più: mezzi meno affollati e più frequentemente sanificati. Non è possibile che a settembre circolino in città gli stessi mezzi con i milanesi di ritorno dalle vacanze, il Salone del mobile e la riapertura delle scuole. Dagli slogan vuoti di Sala ai fatti di una nuova politica della mobilità e del verde.



La Tenuta Santa Caterina ospita
l'iniziativa promossa da The Skill Group

A Grazzano il "Decamerone delle idee"

L'EVENTO

MAURIZIO SALA

L «Decamerone delle idee» trova casa tra le colline di Barbera e Grignolino. Fino a domani la Tenuta Santa Caterina ospita l'iniziativa di The Skill Group che punta a promuovere un dialogo per individuare direttrici e priorità per migliorare il Sistema Italia, colpito dall'emergenza sanitaria. La holding attiva nel settore della comunicazione strategica radunerà una decina di figure esperte provenienti dagli ambiti dell'impresa e delle professioni, allo scopo di aprire un confronto sulla situazione nazionale e sull'impatto che la pandemia ha avuto su istituzioni e tessuto socio-economico. A fare gli onori di casa Guido Alleva, uno dei più affermati avvocati penalisti italiani e Gianluca Baini, già ad di Alcatel e dirigente global di Cisco, attualmente direttore Emea di VMware, società di riferimento nella trasformazione in azienda digitale; Andrea Camaiora, Ceo di The Skill Group, con un passato da spin doctor con esperienza di primo piano nelle istituzioni nazionali e comunitarie ed esperto in comunicazione di vicende mediatico giudiziarie e di crisi; Laura Cremolini, giornalista esperta di comunicazio-

ne politico istituzionale, già portavoce dei Ministri Andrea Orlando (Giustizia) e Giuseppe Provenzano (Coesione Territoriale); Francesco Giuliani, managing partner Studio legale Fantozzi e Associati, esperto di contenzioso tributario europeo; l'avvocato Gianluca Massimei, socio partner di Advat-Nctm, fra i massimi esperti in materia media e reputation; l'imprenditore Michele Nicchio col suo gruppo Mantova Salus, recentemente riconfermato alla guida dell'Associazione giovanile dell'Ospedalità privata (Aiop); Francesco Peghin, ex mondiale di vela, alla guida della holding Gemap Spa che gestisce aziende nei settori industria, sanità privata e turismo. Già presidente di Confindustria Padova, Fondazione Nord-est e del Museo di Storia e Medicina patavina, Peghin è presidente di Blowtherm Spa, azienda leader nella costruzione di cabine da forno per verniciatura di autoveicoli. Gli ospiti delineeranno il loro punto di vista riguardo alle rispettive aree di competenza e di specializzazione: criticità, possibili soluzioni e linee guida per progettare l'Italia nel futuro. L'evento si si ispira alla factio letteraria dell'omonima opera di Boccaccio, in cui dieci giovani si rifugiano in una villa lontana da Firenze, flagellata dalla peste. —

© RIPRODUZIONE RISERVATA*



Guido Alleva



Tenuta Santa Caterina

te riconfermato alla guida



Superficie 15 %

VELENI IN PIAZZA

DI GIANFRANCO FERRONI

LA MISSIONE ROMANA DI ARGENTERO NELL'HOTEL PIÙ AMATO DAI REGISTI

«Guarda, c'è Luca Argentero», dice una ragazza alla sua amica, proprio di fronte alla stazione Termini. È vero: il popolare attore torinese ha fatto una tappa nella capitale per girare insieme a **Daniele De Rossi** il nuovo spot di Gillette, nell'hotel Palazzo Montemartini. Un luogo molto amato dal mondo del cinema e della pubblicità, l'albergo che fa parte di Radisson Collection: **Eugenio Cappuccio** ha girato lì le scene romane del prossimo film con **Marco Giallini**, «La mia ombra è tua», di Fandango e RaiCinema. E vogliamo dimenticare il video di **Fabio Rovazzi** per «La mia felicità»? Per non parlare dello spot Bulgari Parfum...

QUANDO MORRICONE INCANTAVA MATTARELLA

In occasione dell'inaugurazione della nuova stagione di concerti dell'Accademia Nazionale di Santa Cecilia, all'Auditorium va in scena la mostra fotografica «Abbracci». Una lunga storia di contatti artistici e fisici che l'istituzione racconta attraverso le immagini tratte dagli archivi. Incontri e abbracci celebri di oggi e di ieri, come quello commosso tra un sorridente Leonard Bernstein e l'allora capo dello Stato Sandro Pertini. E ancora Giuseppe Sinopoli insieme al violoncellista Heinrich Schiff, l'indimenticabile Ennio Morricone ripreso con il presidente della Repubblica **Sergio Mattarella** alla fine di un concerto, e poi Antonio Pappano con Martha

Argerich, con Hans Werner Henze, con Daniel Barenboim, Maurizio Pollini. E tanti altri.

EY RACCONTA IL FUTURO A DRAGHI

Tre giornate dell'EY Digital Summit «Racconti del futuro», a Roma, presso La Lanterna di via Tomacelli: tema finale, la trasformazione dei modelli di business fondamentali per garantire la transizione digitale e sostenibile delle aziende del futuro. In pratica, le indicazioni che il premier **Mario Draghi** attende dai superconsulenti. Protagonisti, **Donato Ferri**, Managing Partner EY Consulting Europe West, per il quale «le aziende hanno come missione primaria quella di trasmettere fiducia e credibilità. È il momento della discontinuità e di azioni trasformative in grado di coniugare velocità e sostenibilità di lungo periodo». E per **Paolo Lobetti Bodoni**, EY Consulting Market Leader in Italia, «seguire i nuovi trend di consumo significa investire in una trasformazione di natura strutturale, a partire dalla ridefinizione della propria identità, del proprio purpose, dell'offerta e del proprio modo di fare impresa, anche sfruttando le opportunità offerte dal Pnrr. Tutto questo nell'ottica di costruire modelli sostenibili e in grado di fare economia di scala, attraverso una trasformazione progressiva, e in alcuni casi sperimentale, della propria catena del valore». Vasto programma...

SUMMIT NEL PAESE DI BADOGLIO

Ospiti insolitamente assortiti quelli che hanno animato nello scorso week-end il borgo piemontese che ha dato i natali al maresciallo d'Italia **Pietro Badoglio**, Grazzano. Al «Decamerone delle Idee» di The Skill Group, oltre a **Ylenia Berardi** e **Andrea Camaio** (Ceo di The Skill), **Valeria Cantoni Mamiani della Rovere** e il celebre penalista **Guido Carlo Alleva** come padroni di casa della Tenuta Santa Caterina, ecco, tra gli altri, gli imprenditori lombardi **Michele Nicchio** (presidente Aiop Giovani) e **Francesca Bertolo**, il responsabile fiscale del partito di **Carlo Calenda**, **Francesco Giuliani**, con la moglie **Antonella Scapin**, **Gianluca Massime** (ad NextLegal) e tanti altri.

FERRAGNI (E NON SOLO) DA KOONS

Tutte le influencer amano **Jeff Koons**: ha dato il via **Chiara Ferragni**, che a Firenze è andata a Palazzo Strozzi per vedere le opere dell'artista americano e autoimmortalarsi («e pensare che era giunta nel capoluogo fiorentino solo per vedere il suo amico **Francesco Vezzoli**», racconta chi la conosce bene). E poi sono arrivate **Clelia Patella** e **Cristina Giopp** (The Girl in the Gallery). Tanto che uno storico dell'arte si è posto una domanda: «Ma che gli fa Koons alle donne?».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Superficie 33 %

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 3041

Gli studi fanno rotta sui social ma attenzione a strategie fai da te

Sui media. Spesso si sottovaluta che non ci si rivolge a un ambiente ristretto come quello della propria community. Invece le modalità informative sono in evoluzione e occorrono figure specializzate



Un errore può non solo costare caro a chi lo commette ma anche avere pesanti riflessi su colleghi e clienti

Pagina a cura di
Massimiliano Carbonaro

La comunicazione da parte degli studi professionali è un fenomeno in crescita con un sistema che va sempre più verso una grande professionalizzazione, ma si muove tra problemi culturali e qualche incertezza. Non si è ancora spenta l'eco dell'incidente in cui è incorso lo studio LabLaw in merito alla pubblicizzazione di un premio ricevuto e alle ripercussioni sui social. Quello che più in generale emerge grazie anche a una recente indagine di Mopi, l'associazione che riunisce gli operatori dell'area marketing e comunicazione degli studi professionali, è che il 20% degli studi legali ha un team di comunicazione strutturato e circa il 76% degli studi si serve di un'agenzia di comunicazione.

Occuparsi della comunicazione di uno studio legale è un compito delicato che richiede figure specializzate perché è un ambito dall'alta complessità tecnica. Secondo la ricerca di Mopi, il 54% di chi si occupa di questo settore ha un'esperienza di anni. Come conferma Andrea Camaiora, ceo e fondatore della società di comunicazione The Skill. «Il mercato della comunicazione legale è in fortissima crescita. Sempre più studi - spiega - sentono la necessità di dotarsi di comunicatori. Ma è un settore che richiede competenza specifica».

Comunicare i valori dello studio

Pertanto è una fase in cui i temi stessi, gli argomenti su cui si comunica stanno cambiando. «Il trend che vedo adesso - spiega Gaia Francieri, presidente di Mopi - è quello della sostenibilità. La comunicazione sta diventando sempre più corporate e si raccontano i valori perché è proprio quello che il mercato richiede. Dopo la pandemia è diventato molto più diffuso spiegare quanto si è sostenibili, etici o dediti ad attività di charity. Non che gli studi non lo fossero anche prima, ma ora lo si dichiara».

Per comunicare bisognerebbe sempre partire dal codice deontologico. «Nel caso degli avvocati - aggiunge Francieri - è rigidissimo ma per assurdo sono proprio loro che a volte lo dimenticano».

In generale non basta avere una strategia, un calendario editoriale, spazi e tempi determinati, magari un blog. «Nonostante siano passati diversi anni da quando la comunicazione legale si è affacciata in Italia - commenta Isabella Fusillo, socia del gruppo Stratego, esperta di comunicazione e marketing degli studi professionali -, la strada è ancora lunga. A volte far capire a un avvocato valore e tempistica di una notizia, è difficile».

Un errore nella comunicazione non riguarda solo chi lo ha commesso, ma si riverbera sui colleghi e anche sul cliente. Comunicazione, etica e buonsenso dovrebbero procedere insieme, prima di tutto bisognerebbe sempre pensare all'impatto di ogni messaggio nei confronti dei vari pubblici. Valutare poi gli eventuali rischi, esaminare se sono coinvolti altri stakeholder oltre al cliente. Infine

avere sempre un piano di crisi per le diverse eventualità. «Mi sembra - rileva Marianna Vallèta, fondatrice e direttrice di Valletta relazioni pubbliche - che ci sia ancora un problema culturale, che esista poca consapevolezza della comunicazione come materia. Nel settore è iniziata con i premi, con la comunicazione dei mandati, muovendosi nell'ambito di una community. Ma ci sono molti più aspetti, come quello della responsabilità sociale o della comunicazione verso colleghi e stakeholder».

Gestire i social

Il rapporto con i social appare ancora complicato. Quasi tutti gli studi hanno un profilo su LinkedIn, anche quelli più piccoli, dove promuovono il know how, il proprio marchio e fanno recruitment. Sono meno presenti su Instagram, utilizzato in prevalenza per promuovere il brand. Per Andrea Camaiora non sono, però, così determinanti: «Penso che la strategia di comunicazione degli studi legali debba partire dalla tv, radio e carta stampata. Sono mezzi che in termini di autorevolezza non sono ancora superati».

Ci sono poi i rischi legati all'uso dei nuovi media. «Il problema - aggiunge Valletta - non sono i social, ma la mancanza di coordinamento. A volte gli avvocati attivano iniziative senza confrontarsi con i loro comunicatori. Un professionista fatica, però, a visualizzare il rischio reputazionale perché è abituato al perimetro ristretto della propria community».

D'altro canto, «è impossibile - conclude Fusillo - pensare che i social non ci riguardino e sia sufficiente starne fuori».

Foto: P. Rossi - Contrasto / Contrasto, A. Rossi - Contrasto / Contrasto



Superficie 47 %

IL DECALOGO

Le regole da non dimenticare

- Bisogna essere consapevoli che una volta che il messaggio è stato comunicato, non lo si può più cancellare senza conseguenze. La rete cattura tutto ed è complicato chiederle di dimenticare
- Quando si comunica sui social è necessario pensare che ci si rivolge a una platea indistinta: spesso i professionisti credono di parlare a un pubblico ristretto, ma alcuni post non rimangono confinati tra gli amici e i followers
- La comunicazione corporate deve servire a raccontare i propri valori: soprattutto dopo la pandemia, il mercato è sempre più attento a questi aspetti
- L'errore più grave in uno studio è la mancanza di coordinamento tra i professionisti che vi lavorano e chi è incaricato della comunicazione. Spesso vengono attivate iniziative di informazione slegate dall'attività che si è comunemente programmato
- Usare i social per parlare a

tutti e per comunicare anche i profili di marketing, di employer branding e responsabilità sociale del proprio studio

- Gli studi sono imprese: nel comunicare servono policy condivise in cui comunicazione ed etica possono procedere di pari passo
- Stare lontani dai social media non è una risposta. Anche l'assenza dalla rete rappresenta una forma di comunicazione
- I social possono rappresentare anche uno strumento per far conoscere le risorse interne dello studio e la cultura aziendale
- Se si è travolti da una crisi reputazionale, bisogna riconoscere l'errore davanti ai propri pubblici: non è l'errore che porta una cattiva reputazione ma come si reagisce all'incidente
- Dopo una crisi è necessario ricostruire una comunicazione ad hoc con un'attività dedicata per ciascun pubblico interessato alla vicenda e risanare il rapporto di fiducia con i follower

LA DEONTOLOGIA DEGLI AVVOCATI

Pubblicità purché non comparativa

Ci si muove lungo una linea sottile quando uno studio legale o un avvocato fanno attività di comunicazione. Non è semplice, infatti, restare nei limiti del codice deontologico, un equilibrio spesso messo in difficoltà soprattutto nell'uso dei social, percepiti come un ambito meno rigido dove esprimersi. La legge 247/2012, di riforma dell'ordinamento forense, all'articolo 10 fornisce alcune indicazioni: è consentita la pubblicità informativa sulla propria attività professionale, sull'organizzazione e struttura dello studio, sulle eventuali specializzazioni e titoli posseduti. Sono ammesse pubblicità e

informazioni con qualunque mezzo (purché veritiere e corrette) ma non devono essere comparative rispetto ad altri professionisti e non devono andare oltre i limiti della propria responsabilità professionale. Un parere del Consiglio nazionale forense (il 49/2011) chiarisce che un avvocato può utilizzare i social per un'attività di comunicazione professionale; mentre un altro parere ribadisce che l'attività pubblicitaria indiscriminata non è consentita. A chiare lettere si ribadisce che è permessa solo un'attività mirata a fornire informazioni sui servizi professionali e sulla propria attività.



Policy condivise. Sui social media meglio parlare «con una voce sola»

ORGOGGIO ITALIANO /1

La reputazione è tutto: specialmente in un mondo globale e iperconnesso, dove basta un click per avere accesso a ogni tipo di informazione, anche se lontana nel tempo e nello spazio. Una società dove un errore di comunicazione, come abbiamo imparato anche in questi mesi di pandemia - basti pensare al caso del vaccino AstraZeneca, di fatto «bruciato» da una narrazione errata - può determinare la sopravvivenza o meno delle aziende e il successo di campagne e strategie economiche, sanitarie e di sviluppo di vitale importanza.

Non si scherza quindi, con la comunicazione di crisi, e lo sa bene Andrea Camaiora, giornalista, spin doctor ed esperto in reputation, ceo dello studio di comunicazione The Skill con basi a Roma, Milano e Padova: «La reputazione, oggi più che mai» spiega Camaiora «è un tesoro da custodire e mantenere, tanto più preziosa quanto fragile: basta nulla per perderla e occorrono poi molto tempo e lavoro per recuperarla. The Skill è nata, nel gennaio 2018, proprio per questo: per aiutare aziende e professionisti a tutelare la reputazione, che sia stata vittima di un attacco di origine mediatica, o di un ingiusto processo o di quelle che chiamiamo "pubbliche crocifissioni" che comportano vite e carriere distrutte, mentre noi lavoriamo con successo aiutando a recuperare dignità e fiducia».

Quando ci sono problemi simili, dunque, arriva The Skill che nel frattempo si è evoluta: allo studio di comunicazione strategica si sono affiancate le business unit The Skill Press (editoria), Skill On Air (podcasting), To Learn (formazione) e la rivista online beemagazine.it, tutte riunite in The Skill Group.

Lo studio dà lavoro a un gruppo di 20 professionisti - tra giornalisti, ghostwriter, giuristi, grafici, creativi e specialisti

Informazione e trasparenza

Andrea Camaiora, a capo dello studio di comunicazione The Skill.



COMUNICARE BENE È STRATEGICO

Le aziende hanno sempre più bisogno di curare la propria reputazione con efficaci strumenti che le «rappresentino» correttamente. Con questo obiettivo è nato The Skill, lo studio di professionisti guidato dal giornalista e spin doctor Andrea Camaiora, che si prende cura sia di imprese in difficoltà d'immagine sia di quelle che, con lungimiranza, investono su un aspetto cruciale per il proprio sviluppo.

di Maddalena Bonaccorso

della telecamera - di età compresa tra i 21 e i 76 anni, organizzati tra Roma, Milano e Padova e un piccolo «desk» aperto in Lunigiana, a Sarzana: «Aprire una sede in provincia è stata una scommessa, sono ottimista» aggiunge Camaiora.

Nel frattempo, il business di The Skill prosegue a tappe serrate, affiancando le imprese nei momenti di massimo stress e preoccupazione, evolvendosi e specializzandosi di continuo per fronteggiare qualsiasi imprevisto.

«La crisi reputazionale, per un'impresa» continua Camaiora «non è legata solo al fenomeno tragico e imprevisto, che ci viene in mente quando pensiamo per esempio a disastri come quelli della Costa Concordia all'isola del Giglio o a un incidente sul lavoro. Può colpire anche le aziende che attraversano un periodo di ristrutturazione, di risanamento e rilancio economico e finanziario, di crisi economica d'impresa. Le strategie per contenere il danno e salvare la reputation esistono e sono efficaci, ma vanno gestite da professionisti».

E forse la pandemia ha davvero insegnato alle aziende a pensare in prospettiva: se fino a pochi anni fa quando si accennava all'argomento della comunicazione di crisi si ottenevano in cambio solo «scongiri» o poco più, ora si è capito che non solo la cura, ma anche la prevenzione del danno reputazionale sono elementi fondamentali delle strategie d'impresa: «Nell'ultimo anno e mezzo abbiamo avuto una grande crescita di attenzione e di clienti nel settore Health & Pharma» spiega sempre il ceo di The Skill. «Sanità e farmaceutica sono comparti che, se da un lato dovrebbero essere i più pronti a fronteggiare le difficoltà perché nascono con l'idea di superare emergenze e crisi come malattie o epidemie, dall'altro - per paradosso - sono i più impreparati alla prevenzione e alla corretta gestione delle relazioni



Settore in espansione

Il lavoro di The Skill si avvale di una ventina di professionisti tra giornalisti, giuristi, ghostwriter, grafici, creativi ed esperti di comunicazione audiovisiva.



umane e dell'opinione pubblica. E questo è un tema che soprattutto in Italia è particolarmente sottovalutato: spesso le persone non capiscono che la prevenzione della crisi è cruciale anche perché permette di non dover spendere il quadruplo di denaro per rimediare a ciò non ha funzionato, quando ormai il danno è fatto».

Qualcosa però, forse, ora sta cambiando. E se ne sono accorti anche i gruppi assicurativi: «Collaboriamo da alcuni mesi con il Gruppo Generali»

spiega Camaiora «che attraverso la sua consorziata Das - società leader nella difesa legale - offre ai professionisti una polizza di assistenza legale ed estende le proprie tutele al danno reputazionale, erogando l'aiuto in esclusiva attraverso The Skill. Su questo fronte, insomma, possiamo vantare un primato». D'altra parte, The Skill è un punto di riferimento per alcuni dei più prestigiosi studi legali a livello nazionale, leader della crescita nel mercato della comunicazione professionale.

«Siamo pionieri nell'esperienza accumulata in semplificazione dei linguaggi tecnico-amministrativi e burocratici: sempre più società ed enti pubblici scelgono di sciogliere le incomprensibilità del loro «burocratese» o del loro «legalese» avvalendosi del team di professionisti di The Skill». E, conclude Camaiora, che è anche docente al master anticorruzione di Roma Tor Vergata: «Credetemi, investire in trasparenza, rimuovendo le opacità anche del linguaggio, è il modo migliore per allontanare dubbi sul proprio operato». ■

◀ RIPRODUZIONE RISERVATA

Scripta manent

Giusto spazio per carità e verità nel lavoro e nella comunicazione

Gentile direttore, si può parlare di carità nel mondo del lavoro? Nella società di comunicazione strategica che guidiamo abbiamo deciso di cogliere questa sfida, dotandoci di un "Codice etico e di comportamento" per il quale ci siamo ispirati a modelli di grandi realtà dell'economia e delle istituzioni e richiamandoci anche esplicitamente ai principi di carità e verità. Siamo consapevoli della delicatezza di questa scelta. Fin dall'inizio della nostra attività abbiamo, però, scelto di fondare ogni strategia di comunicazione, anche la più ardita, operando nel campo della crisi e delle vicende mediatiche giudiziarie, sulla verità. Verità per combattere pregiudizi, teoremi, diffamazioni. Verità che si imponeva mentre raccoglievamo, con onestà e libertà interiore, le aspettative dei nostri clienti. E proprio da tale contesto è emerso l'altro paradigma che ha riempito l'orizzonte del nostro agire: il principio della carità, ovvero ricerca e volontà di una umanizzazione e civilizzazione anche del lavoro. O siamo qui intravedere quel superamento della dicotomia tra economia e sociale indicata in *Caritas in veritate* (2009). Benedetto XVI aveva indicato la prospettiva di «una nuova ampia realtà com-

posita, che coinvolge il privato e il pubblico e che non esclude il profitto, ma lo considera strumento per realizzare finalità umane e sociali», interpellando anche gli strumenti di comunicazione sociale, per i quali «il senso e la finalizzazione (...) vanno ricercati nel fondamento antropologico». Al centro, dunque, sempre e comunque l'uomo, come indicato nella *Centesimus Annus* da san Giovanni Paolo II: «L'integrale sviluppo della persona umana nel lavoro non contraddice, ma piuttosto favorisce la maggiore produttività ed efficacia del lavoro stesso, anche se ciò può indebolire assetti di potere consolidati. L'azienda non può essere considerata solo come una società di capitali; essa, al tempo stesso, è una società di persone». Infatti, ci sollecita papa Francesco, lavoro e carità si coniugano a partire dal rispetto della dignità umana, un altro concetto su cui si fonda il nostro Codice etico. Suggerimenti forse radicali di questi tempi, ma riteniamo sia giusto rendere testimonianza, in un mondo fluido in cui tutto sembra importante al punto che nulla lo è veramente. Un mondo purtroppo in molti modi violento, ma che ha sete di carità, verità, dignità.

Andrea Camaiora
Ceo e fondatore The Skill Group



L'INIZIATIVA DI GIURISPRUDENZA PENALE E THE SKILL

Informazione e giustizia penale Una call for papers per analizzare il tema

V.S.

Larivista Giurisprudenza Penale e The Skill hanno aperto una call for papers finalizzata ad approfondire il tema dei rapporti tra informazione e giustizia penale. I migliori contributi verranno presentati in un evento finale e saranno pubblicati in un volume edito da Wolters Kluwer. I componenti del Comitato scientifico provengono dal mondo dell'università, della magistratura, dell'avvocatura, della politica e del giornalismo. Solo qualche nome: Vittorio Manes, Tullio Padovani, Giovanni Salvi, Ennio Amodio, Enrico Costa, Catello Vitiello, Francesco Paolo Sisto. A coordinarli l'avvocato Guido Stampanoni Bassi (Avvocato del foro di Milano, Fondatore e Direttore della rivista Giurisprudenza Penale) e il dottor Andrea Camaiera (Ceo & Founder The Skill). Coloro i quali intendano partecipare alla selezione dovranno inviare, entro e non oltre il 27 marzo 2022, un abstract del proprio contributo, di lunghezza non superiore alle 4.000 battute

(spazi inclusi), al seguente indirizzo e-mail: callforpapers@giurisprudenzapenale.com. Come scrivono gli organizzatori. «quello dei rapporti tra giustizia penale e informazione è uno dei temi più problematici e, al tempo stesso, più affascinanti degli ultimi anni». Molte le esigenze in gioco: «L'interesse della collettività ad essere informata su vicende di pubblico interesse; la necessità di tutelare la riservatezza delle indagini; l'esigenza di preservare la cd. "verginità cognitiva" del giudice del dibattimento; il rispetto della presunzione di non colpevolezza; la necessità di occuparsi della riservatezza dei soggetti coinvolti dalla eventuale divulgazione di notizie irrilevanti da un punto di vista processuale, ma rilevanti agli occhi dell'opinione pubblica. Partendo da queste premesse, lo scopo della call for papers è quello di raccogliere contributi sul tema dei rapporti tra giustizia penale ed informazione al fine di stilare un bilancio e provare a fornire spunti di riflessione nonché eventuali proposte di riforma».

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 7938



Superficie 18 %

IL SAGGIO LUCI E OMBRE NEL RACCONTO DI 110 ANNI, FINO AI GIORNI NOSTRI, SCRITTO DA ANDREA CAMAIORA E MARIO NANNI

Tra Libia e Italia una storia di «relazioni pericolose»

Il libro sviluppa
un capitolo importante
dei rapporti
con l'ex colonia
di GINO DATO

Il titolo, *Libia 110 anni dopo*, circonda l'arco temporale della vicenda narrata. Il sottotitolo *Apunti per ricordare (e non sbagliare)* delinea perimetro e finalità. Gli autori del saggio sono Andrea Camaiora, giornalista, ceo e fondatore del Gruppo di comunicazione The Skill, e Mario Nanni, veterano del giornalismo parlamentare e saggista, già capo della redazione politica dell'Ansa.

Tra i titoli del nuovo gruppo editoriale (The Skill Press nasce nel 2018), l'ultimo saggio (pp. 184, euro 20) sviluppa un capitolo importante della storia politica e diplomatica italiana e mondiale: le relazioni tra Italia e Libia. Ne abbiamo parlato con Camaiora e Nanni.

Più di un secolo di relazioni tra Italia e Libia, quella che Mussolini definì la "quarta sponda". Un consuntivo che allunga molte ombre e restituisce poche luci?

«Le luci sono tante, ma gli italiani hanno la memoria corta e, specie in politica internazionale, amano recitare da benpensanti. Così buona parte dell'opinione pubblica italiana nel 2011 sostenne la guerra mossa da francesi, inglesi e americani contro Gheddafi. Il presidente del Consiglio, Berlusconi, veniva criticato per la sua cautela. Si è visto poi che la guerra al regime libico veniva condotta da potenze straniere che volevano scalzare l'Italia da una posizione di vantaggio nei confronti della Libia sul piano economico ed energeti-

co. E con l'esplosione delle bollette in queste settimane non crediamo ci sia bisogno di spiegare quanto conti per un Paese la questione energetica».

Quali sono le ragioni che inducono oggi a rivedere momenti e atti, documenti e situazioni del complesso capitolo storico nel Mediterraneo e nello scacchiere geopolitico mondiale?

«Alla base di questo libro non c'è solo un intento celebrativo per ricordare l'anniversario, sia pure di una data storica, qual è stata la guerra italo-turca che portò nel 1911 alla conquista della Libia, né i 10 anni trascorsi dal tracollo di Gheddafi, dopo 42 anni di potere assoluto. Abbiamo ritenuto che ricordare vicende del passato potesse servire a comprendere l'importanza della Libia nello scacchiere mediterraneo, il ruolo dell'Italia in quell'area, come la necessità di impostare rapporti nuovi con i dirigenti di un Paese che sembra avviarsi verso forme di vita democratica tramite elezioni. Cosa mai vista prima. Non trascuriamo il ruolo dell'immaginario nella memoria degli italiani di una certa età: Tripoli italiana, Giarabub, Bengasi, i film e le canzoni che rievocano un'epoca lontana, ma non scomparsa dalla memoria».

La storiografia è ferma a una condanna del «colonialismo straccione» degli italiani in Africa. Con il vostro libro si muove verso una revisione?

«No, ma come lei giustamente osserva l'Italia è "ferma" a una condanna del nostro colonialismo. L'Italia è stata una potenza coloniale del rango del Regno Unito o della Francia? No. La nostra esperienza oltremare è stata contraddistinta da battute d'arresto e da magre figure, oltre a repressioni violente. Ma pensiamo che britannici, spagnoli, portoghesi e francesi si comportassero co-

me suore orsoline in una politica di espansione combattuta con le armi degli eserciti e non, come avviene oggi, prevalentemente con quelle dell'economia? Inoltre noi italiani siamo dimentichi della straordinaria opera ingegneristica, architettonica e civile condotta dai nostri nonni e bisnonni. E non solo in Africa. Basta andare a Tirana per vedere come gli scorci più suggestivi della città siano stati modellati».

Poi ci sono gli anni della Repubblica che vedono sulla scena gli Andreotti, i Craxi, ma anche i Gheddafi, i Reagan. Quali furono i reali rapporti tra il dittatore libico e gli italiani?

«Gli anni delle serrate trattative diplomatiche, soprattutto gli anni '80 - con Craxi Andreotti - e i '90 - con Berlusconi e Dini -, sono raccontati attraverso i verbali degli incontri, con un taglio cinematografico. Non mancano anche momenti di curiosità: la diplomazia vista nel suo svolgersi. Il lettore potrà notare la ossessiva, ripetuta richiesta di Gheddafi ai governanti italiani di risarcimenti per le "sofferenze inflitte dagli italiani al suo popolo"; i viaggi di Gheddafi in Italia e la richiesta di installare la tenda nel parco di una delle più belle ville di Roma; lo stile diplomatico di Craxi, più deciso, e quello più felpato di Andreotti, che puntavano sul dialogo per convincere Reagan a non bombardare la Libia, o "raccomandavano" il dittatore libico presso Reagan perché fosse ricevuto alla Casa Bianca; ma il presidente americano considerava il rais un terrorista con cui l'unico linguaggio era quello dei bombardamenti».

Le "vie del dialogo", invocate in queste settimane come DNA peculiare degli italiani nella crisi dell'Ucraina, si può dire siano state già sperimentate?



tate nelle relazioni tra Libia e Italia?

«Sicuramente sì, e il libro lo dimostra in modo anche per certi versi spassoso. Si vede tutta la raffinatezza della nostra classe politica di un tempo e la nostra naturale inclinazione a una diplomazia del dialogo come alternativa a una diplomazia della forza. E questo era valido anche tra il 1910 e il 1912, quando ci preparavamo alla guerra con i turchi o anche mentre la conducevamo».

Qual è a vostro parere il peso che la diplomazia italiana sta giocando attualmente nell'equilibrio tra le potenze?

«Dopo anni recenti di immobilismo, la forte caratura del presidente Draghi riverbera sul peso dell'Italia effetti positivi. Il primo ministro spagnolo, Sanchez, ha detto pochi mesi fa in conferenza stampa che, quando parla Draghi ai vertici internazionali, tutti si zittiscono e pendono dalle sue labbra. Certo, nessuno può fare miracoli. Abbiamo anche avuto una tradizione importante di ministri degli Esteri che hanno illustrato positivamente il nostro Paese. Pensiamo a Moro, Andreotti, de Michelis, Frattini, Moavero Milanesi».



«BEL SUOL D'AMORE»

La copertina del libro edito da The Skill press. A sinistra artiglieri durante la guerra coloniale del 1912



IN POCHE PAROLE



LIBIA
110 ANNI DOPO
Andrea
Camaiora
Mario Nanni
Skill Press
pp. 180
euro 22

Dal Trattato di Losanna a Gheddafi. Passando per Andreotti, Craxi e l'America. Centodieci anni ricostruiti passo passo per capire la storia delle relazioni tra il nostro Paese e quella parte dell'Africa così vicina a noi e non solo dal punto di vista geografico. *(m.ton.)*

Arrivata in città dalla sua Milano nel 2006, si era subito ambientata
Tanti gli eventi di arte e spettacolo che l'hanno vista protagonista

L'addio di Sarzana a Carla Ridella donna di cultura e di volontariato

SARZANA

Sarzana ha dato l'addio a Carla Ridella, spentasi a 83 anni: una donna di grande valore testimoniato da come ha impiegato il suo tempo. Il dolore per la sua mancanza è acuito dal fatto che lo scorso 23 marzo (giorno del suo compleanno) era stata colpita da un ictus. Da lì il ricovero in ospedale e poi la scomparsa sabato scorso. Nessun funerale, solo un breve ricordo prima della cremazione, con le sue ceneri che saranno conservate nella natia Milano.

La Sarzana che accolse nel 2006 Carla Ridella è stata sorpresa quotidianamente dalla forza straordinaria, dalla simpatia, dalla cultura, dalla voglia di dare e regalare bellezza di Carla. Empatia naturale e grandi capacità comunicative: scambiare quattro chiacchiere con lei e approfondirne la conoscenza è stata esperienza comune per centinaia di persone che non la dimenticheranno.

Sempre lei la prima a dire all'interlocutore quella frase «diamoci pure del tu», che l'aveva fatta diventare amica tra gli altri di un personaggio fondamentale della Sarzana mo-

derna qual è stato Pino Meneghini.

Carla la trovavi ovunque: a presentare eventi a Salotto Sarzana, la manifestazione suimedia di Andrea Camaiora, condurre incontri con gli autori a i Libri per strada, tra i principali attivisti di Libera e del comitato Sarzana Che Botta. Ma anche a proporre e condurre cicli di cineforum all'Italia, e partecipare all'attività della mensa della Caritas, partecipando attivamente all'aiuto dei più sfortunati.

Il meglio di Carla Ridella, nelle conversazioni libere che sconfinavano spesso nel calcio. Dite a Massimo Moratti o a Steven Zhang, che è scomparsa una signora matura che dell'Inter sapeva tutto. E del calcio era molto competente sia a livello tecnico che tattico.

Domenica sera, in tanti abbiamo pensato come sarebbe stata felice della vittoria nerazzurra in casa della Juventus, anche per come è maturata. Sembra di ascoltarla prendere in giro i tifosi juventini, ai quali non mancava mai di ricordare le circostanze in cui sono stati favoriti. Carla Ridella è stata davvero una bella persona, lascia i figli Cosima e Lorenzo. —

A.G.P.



Carla Ridella è mancata a 83 anni

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 7938



Superficie 17 %

L'ANALISI

COSÌ IL COVID HA RIVOLUZIONATO ANCHE IL MODO DI COMUNICARE

■ **MILANO** Come è cambiato il rapporto tra istituzioni sanitarie e cittadini dopo due anni di pandemia? Quali errori sono stati commessi e cosa devono fare i protagonisti del settore per non ripeterli? Come la Lombardia ha saputo adattare la propria offerta sanitaria e modulare il modello di integrazione pubblico privato? Come sono cambiate le comunicazioni e il modo di interfacciarsi con il paziente? Il volume «Manuale di Comunicazione di crisi in sanità» di **Andrea Camaiera** analizza proprio l'eredità comunicativa dell'era Covid con un focus specifico su quanto accaduto nella regione tra le più colpite in Italia dalla pandemia. Il grande lascito di due anni di emergenza-urgenza è stata dunque la consapevolezza di come la gestione, la prevenzione e la comunicazione della crisi siano indispensabili, anche e soprattutto in ambito sanitario. Il Covid ha sicuramente rivoluzionato il modo di comunicare nelle sale d'attesa, nelle corsie, nei reparti di terapia intensiva ma è cambiata l'interlocuzione anche a livello istituzionale e direzionale. Sono cambiate le modalità e i supporti. Ci si è trovati di fronte a situazioni mai viste prima e la crisi è diventata purtroppo molto più frequente: medici e infermieri che erano in contatto stretto con i parenti delle vittime sono stati dunque i primi a dover sperimentare una nuova forma di rapporto e di comunicazione medico-paziente. In Lombardia lo hanno sperimentato sin da subito.

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 7938



Superficie 6 %

IL VOLUME Che cosa dire ai pazienti e ai cittadini durante le crisi

■ Se una cosa abbiamo capito dopo due anni di pandemia è che la gestione, la prevenzione e la comunicazione della crisi sono indispensabili, soprattutto in ambito sanitario. Come gestire "eventi avversi", come interpretare "eventi sentinella", come gestire il rapporto tra informazione scientifica e divulgazione anche, ma non solo, nei social network. Sono i temi con cui si confronta il *Manuale di Comunicazione di crisi in sanità* (ed. The Skill Press) di Andrea Camaiora, giunto dopo quattro anni alla sua seconda edizione, grazie alla collaborazione di altri esperti, tra cui il medico e presidente di Aiop Lombardia, Dario Beretta, il giornalista Alessandro Boriani, l'avvocato Giovanni Costantino e il direttore generale di Fondazione Sanità Futura, Cristian Ferraris. Un libro che è anche uno

stimolo a un diverso modo di comunicare rivolto a medici e infermieri, e un appello alle aziende sanitarie a rinnovare vetusti e anacronistici meccanismi organizzativi, ad esempio relativi ai ricoveri.

Ma Camaiora affronta anche altre questioni, dalle "litigation public relations" alla necessità da parte del medico di adottare con regolarità alcuni accorgimenti comunicativi, primo fra tutti la tracciabilità delle informazioni rese al paziente, l'aggiornamento regolare delle cartelle sanitarie, la prova dell'avvenuto processo di informazione. Oltre a molti consigli pratici non manca l'attenzione a dinamiche quali lo stress e una certa diffidenza che caratterizza ormai il rapporto tra personale sociosanitario e pazienti da ambo le parti.



Manuale di
Comunicazione di crisi in sanità
II Edizione

Gestione dell'Emergenza, Consenso Dto Informata
e Anticorpi da Covid-19

con i contributi di
Dario Beretta, Alessandro Boriani,
Giovanni Costantino, Cristian Ferraris



Superficie 12 %

Speciale **ECCELLENZE**

INFORMAZIONE PUBBLICITARIA A CURA DELLA A.MANZONI & C.

IL FESTIVAL > L'EDIZIONE IBRIDA DELLA RIPARTENZA

LexFest, via alla IV edizione della kermesse

Lil 12-13-14 maggio 2022 - dopo tre anni di interruzione causati dal Covid - si terrà, in parte in forma telematica e in parte in presenza, la IV edizione di LexFest, kermesse nazionale dedicata agli operatori del diritto e dell'informazione, in forma in parte virtuale e in parte in presenza a Fiumicino, nell'ambito della suggestiva cornice di «Porto Romano - The Marina Resort» e del ristorante stellato «Il Tino».

LexFest nasce nel 2016 da un'idea di Andrea Camaia, resa possibile da Stefano Balloch, nella sua qualità di sindaco di Cividale del Friuli. La manifestazione è presieduta dal magistrato Carlo Nordio.

L'iniziativa si propone di rappresentare un punto di riferimento e dialogo e talvolta opposti intorno al grande tema della giustizia, ospitando punti di vista diversi con un taglio divulgativo. Alle precedenti edizioni di LexFest hanno partecipato, tra gli altri, Antonello Racanelli ed Eugenio Albamonte (magistrati), Giovanni Canzio (già primo presidente della Corte di Cassazio-

ne), Elisabetta Alberti Casellati e Paola Balducci (già componenti Csm), Marco Tarquinio (direttore Avvenire), Enrico Mentana (direttore tgLa7), Massimo Bordin e Alessio Falconio (Radio Radicale), Antonio Leone (presidente consiglio giustizia tributaria), Gian Domenico Ciazzia e Beniamino Migliucci (presidenti Unione Camere Penali), Francesco Giorgino e Lirio Abbate (giornalisti), Mauro Palma (già garante dei detenuti), Gianmarco Chiocci (direttore Adnkronos) e Marco Lillo (vice-direttore Il Fatto Quotidiano). All'edizione 2022 di LexFest - dedicata al rapporto tra professione e leadership - hanno assicurato la loro presenza i rappresentanti di importanti law firm e realtà del mondo giuridico.

IL TEMA 2022: PROFESSIONISTI E LEADERSHIP

Discenti saranno professionisti - in particolare avvocati, commercialisti e notai - mentre il panel dei docenti sarà variegato e sui generis: la filosofa Valeria Cantoni Mamiani, l'economista Emiliano Di Carlo, il dirigente di Pa-

lazzo Chigi Francesco Tufarelli, il sacerdote Enzo Arborea, il coach Nestore Zini, lo chef Lele Usai e l'esperto in comunicazione strategica, crisis e litigation pr, Andrea Camaia.

L'evento si svolge, sia in forma virtuale che fisica, a porte chiuse ed è rivolto a un pubblico selezionato di professionisti sia affermati sia emergenti.

L'argomento della leadership, sviluppato secondo più prospettive - da quella economica e politica a quella comunicativa e spirituale fino a toccare l'esempio particolare della guida di una brigata di cucina in un ristorante stellato - riguarda tutti: vertici di un'organizzazione complessa come appunto uno studio professionale, ma anche giovani che hanno già intrapreso con successo un percorso lavorativo.

L'evento, patrocinato dal comune di Fiumicino e The Skill Group, è organizzato dallo studio di comunicazione The Skill in collaborazione con il centro di formazione Learn The Skill.



Superficie 93 %

THE SKILL GROUP

Il motore

The Skill Group (Roma, Milano, Padova) nasce a partire dall'intuizione di dare vita a uno Studio di comunicazione strategica apprezzato a livello nazionale nella cura della tutela reputazionale, della comunicazione di crisi e delle vicende mediatico giudiziarie (Litigation pr).

The Skill è uno Studio specializzato in comunicazione strategica e di crisi, vicende mediatico giudiziarie e brand storytelling. The Skill diventa in pochi anni società di riferimento nella tutela reputazionale e dal 2022 è tra le prime tre società in Italia che si occupano di comunicazione di studi legali e professionali.

Il Gruppo è poi articolato in diverse business unit impegnate nei campi dell'editoria, della formazione, dell'informazione e del podcasting.

The Skill Press è la casa editrice con all'attivo manuali, saggi e pamphlet realizzati in collaborazione con personalità del mondo delle istituzioni, delle professioni, dell'università e dell'impresa.

Learn The Skill nasce nel 2019 per sviluppare la formazione nell'ambito delle attività core del Gruppo, con un approccio non squisitamente ed esclusivamente accademico, ma concreto e originale.

On Air! The Skill è l'incubatore con cui The Skill si è posizionata tra le prime società in Italia ad aver introdotto e sviluppato servizi di podcasting per professionisti e aziende. A conferma della sua vocazione "voice", The Skill ha realizzato il primo programma interamente pensato per un protagonista della GDO.

Dal 2021, il quotidiano online beemagazine.it rappresenta un punto di riferimento per il confronto culturale, sociale, economico e politico istituzionale.



➤ ANDREA CAMAIORA

L'ideatore della manifestazione

Andrea Camaiora, dopo diversi anni dedicati al servizio delle istituzioni, fonda The Skill. È uno dei principali esperti a livello nazionale in vicende mediatico giudiziarie, materia che, insieme alla comunicazione di crisi e alla comunicazione applicata alla compliance, insegna in atenei statali e non statali. Nel 2016 lancia l'idea di un festival dedicato alla giustizia, agli operatori del diritto e della informazione, dove possano liberamente confrontarsi garantisti e giustizialisti, avvocati e magistrati, professori e giornalisti, così come figure istituzionali di diverso orientamento politico. Nasce così LexFest.





**LEXA
FEST**

IV Edizione

ONLINE + PORTO ROMANO - FIUMICINO

Powered by
The Skill
GROUP

12/13/14
maggio 2022

#lexfest



Chef Lele Usai



FIUMICINO

Torna «LexFest», evento per il diritto e l'informazione

12

Maggio
Fino al 14
la kermesse
nazionale
«LexFest»
nata nel 2016 da
un'idea di
Andrea Camaiora

... Dal 12 al 14 maggio a Fiumicino nella suggestiva cornice di «Porto Romano - The Marina Resort» torna il LexFest, kermesse nazionale dedicata agli operatori del diritto e dell'informazione. La manifestazione nasce nel 2016 da una idea di Andrea Camaiora, sarà presieduta dal magistrato Carlo Nordio e si propone di rappresentare un punto di riferimento e dialogo, talvolta opposti, intorno al tema della giustizia. Questa edizione sarà dedicata al rapporto tra professione e leadership, sotto la moderazione dell'esperto in comunicazione strategica, crisis e litigation pr, Andrea Camaiora.

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 7938



Superficie 6 %

A FIUMICINO

Professioni e leadership, la tre giorni di "LexFest"

Da oggi a sabato, presso "Porto Romano - The Marina Resort" a Fiumicino, torna LexFest, kermesse nazionale dedicata agli operatori del diritto e dell'informazione organizzata dal centro di formazione "Learn The Skill". La manifestazione, che ha per presidente onorario Carlo Nordio, nasce nel 2016 da una idea di Andrea Camaiora e ha l'obiettivo di favorire il dialogo sul tema della giustizia. Alle precedenti edizioni hanno partecipato tra gli altri i magistrati Antonello Racanelli ed Eugenio Albamonte, il primo presidente emerito della Cassazione Gianni Canzio, l'attuale presidente del Senato Maria Elisabetta Alberti Casellati, i leader dell'Ucpi Gian Domenico Caiazza e Beniamino Migliucci. Nell'edizione 2022, dedicata al rapporto tra professionisti e leadership, si confronteranno i rappresentanti di importanti law firm e realtà del mondo giuridico e rappresentanti delle istituzioni, a cominciare dal sottosegretario alla Giustizia Francesco Paolo Sisto. Durante i tre giorni del festival si alterneranno nel ruolo di docenti, tra gli altri, Valeria Cantoni Mamiani (filosofa), Emiliano Di Carlo (economista a Tor Vergata), don Enzo Arborea (sacerdote), Nestore Zini (coach), Lele Usai (chef stellato) e lo stesso Camaiora (esperto in comunicazione strategica).

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 7938



Superficie 10 %

COME COMUNICARE NELLE CRISI

Come è cambiato il rapporto tra istituzioni sanitarie e cittadini dopo due anni di pandemia? Quali errori sono stati commessi e come non ripeterli? Il «Manuale di Comunicazione di crisi in sanità» di Andrea Camaiora analizza l'eredità comunicativa dell'era Covid e stimola dirigenti e medici a cambiare a favore di nuovi modelli di interazione



Superficie 2 %

SPIFFERI

A LEXFEST IL SEGRETARIO GENERALE DEL LEONE

GIANFRANCO FERRONI

C'era anche il potente segretario del consiglio di amministrazione di Assicurazioni Generali, Giuseppe Catalano, accompagnato dalla signora Ivana, alla quarta edizione di LexFest, la kermesse dedicata alla giustizia e sorta da una idea di Andrea Camaiora. Una prima apparizione pubblica per Catalano alla tre giorni di Fiumicino, che aveva visto tra gli altri l'intervento del sottosegretario alla Giustizia, Francesco Paolo Sisto, dopo il furibondo scontro tra Mediobanca da un lato e Caltagirone e Del Vecchio dall'altro, che ha visto la riconferma di Philippe Donnet alla guida del Leone. I lavori della manifestazione, luogo di incontro tra gli altri di avvocati e manager e quest'anno dedicata alla leadership, si sono conclusi a «Il Tino», il ristorante stellato dello chef Lele Usai, interamente riservato per l'occasione dagli organizzatori, il Gruppo The Skill.

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 7938



Superficie 5 %

LA KERMESSE SUI VALORI DELLA GIUSTIZIA

È alla sua quarta edizione «LexFest», manifestazione che raccoglie i migliori studi di avvocati e legal manager del Paese, presieduta dal magistrato Carlo Nordio e nata da un'idea di Andrea Camaiora, ceo del gruppo The Skill, comunicatore esperto di vicende mediatico-giudiziarie.

di Matteo Bianchi

Dare un significato profondo alla propria esistenza, costruire relazioni basate su valori forti, non pensare unicamente a successo e denaro - dimensioni effimere più che mai - senza per questo venire meno alle aspettative di affermazione personale e professionale, sono «chiavi» non solo per una vita meno arida, ma anche per far emergere sé stessi e i propri collaboratori. È uno degli spunti emersi dall'intervento di don Enzo Arborea durante la IV edizione di LexFest, kermesse dedicata alla giustizia presieduta dal magistrato Carlo Nordio e nata da un'idea di Andrea Camaiora, comunicatore noto negli ambienti professionali sia come esperto di vicende mediatico-giudiziarie sia perché ceo del gruppo The Skill, fra le prime tre società in Italia che assistono avvocati, notai e commercialisti.

Quest'anno la manifestazione - dedicata al tema della leadership - si

è spostata dalla tradizionale sede di Cividale del Friuli a Fiumicino. «E noi speriamo che gli organizzatori vogliano restare qui anche per le prossime edizioni» ha detto in apertura dei lavori il sindaco della città, il senatore Esterino Montino, dialogando con l'ex vice presidente della Vigilanza Rai e advisor di The Skill, Giorgio Lainati.

Camaiora ha voluto per avvocati e legal manager presenti un vero percorso di approfondimento. E così la filosofa Valeria Cantoni Mamiani, autrice del saggio *Leadership di cura. Dal controllo alle relazioni*, ha coinvolto l'uditorio intervenendo all'apertura dopo il sottosegretario alla Giustizia, Francesco Paolo Sisto. Dopo la studiosa hanno preso parola il docente di Scienza dell'amministrazione e dirigente a Palazzo Chigi, Francesco Tufarelli, che ha affrontato la dimensione politica della leadership mentre di quella socioeconomica si è occupato Emiliano Di Carlo, docente all'Università di Tor Vergata. Grande interesse hanno suscitato anche le lezioni del coach Nestore Zini e dello chef stellato Lele Usai del team di formazione «Learn The Skill».

Numerosi gli esponenti di «law firm» e realtà del mondo giuridico, quasi sempre accompagnati dai partner. L'Associazione giuristi d'impresa (Aigi) era rappresentata dal suo numero uno, il segretario del cda di Generali che ha visto la riconferma al vertice di Philippe Donnet, Giuseppe Catalano, accompagnato dalla signora Ivana. Advant NCTM era presente con l'esperto di media e reputation, Gianluca

Massimei con la signora Flavia, così come lo Studio Bana con i soci Marcello Bana e Giacomo Gualtieri e il capo dell'area di comunicazione professionale di The Skill, Dario Tasca. Con Andrea Camaiora e la moglie Ylenia, anche il tributarista Francesco Giuliani (Fantozzi e Associati) con la moglie Antonella, mentre la penalista Elisabetta Busuito (B-HSE, Società tra avvocati) era col marito Lorenzo. L'esperta di no profit, Laura Bellicini, al vertice di Legalitax, è stata accompagnata dal marito Fabrizio, così come il managing partner di SZA, l'amministrativista esperto di trasporti, Luca Guffanti, dalla moglie Fabrizia. Presenti lo Studio Fornari con gli avvocati Enrico Di Fiorino e Lorena Morrone mentre Costantino & Partners, giuslavoristi di riferimento del settore sanitario, con gli avvocati Antongiulio Costantino e Alba Gimillaro. Con loro anche Andrea De Vivo (partner di LabLaw) con la moglie Rossella e l'avvocato esperto in proprietà intellettuale Cristiano Bacchini (BM Lex) con la signora Teresa. Durante il giorno, chi non era impegnato nelle sessioni e negli incontri di LexFest ha potuto fare una visita esclusiva agli scavi archeologici di Ostia antica. Tutti, poi, si sono poi ritrovati al ristorante Il Tino per un'esperienza gastronomica a cura dello «chef marinaio» Daniele Usai, che per l'occasione ha presentato alcuni piatti entrati a far parte del nuovo menù. Una tre giorni, insomma, non soltanto per parlare di giustizia, ma anche per alcune «pause» istruttive e argomenti originali propri dello stile di lavoro della società di comunicazione The Skill. ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA LEGGE AL «TINO» DI USAI

La manifestazione LexFest, quest'anno, è stata dedicata al tema della leadership e si è spostata dalla tradizionale sede di Cividale del Friuli a Fiumicino. I partecipanti ai lavori hanno avuto una piacevole pausa al ristorante Il Tino dello chef stellato Daniele Usai.



CHESSIDICE IN VIALE DELL'EDITORIA

La fondazione «Biagio Agnes» sceglie The Skill per la comunicazione della XIV edizione del Premio internazionale di giornalismo e informazione dedicato alla memoria dello storico direttore. Lo studio di comunicazione guidato da Andrea Camaioni avrà il compito di incrementare la visibilità dell'iniziativa, punto di riferimento nel settore della comunicazione. La premiazione, trasmessa su Rai1, si terrà per la prima volta a Roma, il 25 giugno, in piazza del Campidoglio.

— © Riproduzione riservata —

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 7938



Superficie 4 %

INAUGURATA IERI POMERIGGIO

Colombani alla Firmafedede Mille persone alla vernice E Sgarbi dà spettacolo

SARZANA

Una folla di almeno mille persone ieri pomeriggio alla Firmafedede per la "vernice" di Piero Colombani, nuovo gotico, archetipi in metamorfosi", la mostra del grande artista sarzanese, inventore del genere neo-gotico. Per tutti gli appassionati la massima curiosità è stata rappresentata dall'esposizione del "Codex Colombanus", opera d'ingegno iniziata nel 1997, un immenso work in progress esposto e illustrato solo nella giornata di ieri. Ma soprattutto, il pubblico ha seguito con il fiato sospeso la lectio magistralis di Vittorio Sgarbi nella sala delle Capriate, nonostante una temperatura molto simile a una fornace. L'ospite d'onore della manifestazione ha tessuto le lodi di Colombani del quale è amico personale da anni, oltreché estimatore della sua straordinaria creatività artistica.

La mostra, che rimane aperta fino al 18 luglio ed è visitabile tutti i dalle 10 alle 12 e dalle 17 alle 20, è stata resa possibile da tanti fattori. Molto importante la partecipazione finanziaria di Andrea Camaiera, già consigliere comunale e im-

prenditore della comunicazione in qualità di sponsor con la sua realtà di comunicazione The Skill, che ha aperto una sede a Sarzana dallo scorso mese di settembre 2021. Con lui anche il centro studi lunigianesi di Mirco Manuguerra. E poi c'è la mostra: un percorso solitario e poco battuto quello intrapreso da Piero Colombani che si è mosso fin dagli esordi in un universo di simboli fino ad arrivare alla maturità in cui ha trovato nella miniatura un ideale terreno di espressione. Le atmosfere cupe e laceranti della sua pittura giovanile attraverso gli anni e un travagliato processo interiore si sono sciolte in un linguaggio ancora misterioso ma dalla dimensione minuziosa nei dettagli, di gusto fiammingo - come è stato osservato anche da Sgarbi - fino ad arrivare al passaggio determinante da lui definito dal buio alla luce, che ha dato vita al suo nuovo linguaggio artistico denominato appunto Nuovo Gotico. In un'epoca che sembra disprezzare la profondità di pensiero, i materiali e l'abilità manuale Colombani va controcorrente e utilizza questi elementi come parte integrante della sua arte. —

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 7938



Superficie 10 %

$$\begin{aligned} &= (a+b)(a+c)^2 \\ &= a(b+c)^2 + a(b-c)^2 \end{aligned}$$


Education to Export è il programma formativo **gratuito** per crescere all'estero.

SCOPRI DI PIÙ

sace
gruppo cdp





**Perché serve la
litigation
communication**

f! *formiche*



Di [Andrea Camaiora](#) | 13/02/2017

Pubblichiamo alcuni stralci della lezione che Andrea Camaiora terrà martedì 14 febbraio al master anticorruzione dell'università di Roma Tor Vergata dal titolo "Elementi di Litigation communication. Il processo mediatico giudiziario e la comunicazione trasparente"

Una comunicazione trasparente, corretta, coerente, sincera è il miglior antidoto nei confronti di qualunque 'perturbazione' possibile (fenomeno Nimby, esposti, inchieste, ecc...). Le aziende/enti che svolgono le loro attività in modo poco trasparente spesso rischiano di attrarre l'attenzione dei media, degli inquirenti o di qualche comitato per il semplice sospetto che possano compiere attività opache (si veda, a titolo di esempio, l'attenzione dei media pugliesi in materia ambientale dopo il caso Ilva).

Se non si ha nulla da nascondere, perché non attivare nei confronti dell'opinione pubblica e delle istituzioni un rapporto franco e leale? Sgomberare il campo da teoremi, complottismi, macchinazioni investendo in procedure e comunicazione trasparenti riduce il rischio di perdere poi tempo e denaro per chiarire posizioni che sono realmente cristalline.

La tendenza italiana, invece, è a mettere la polvere sotto il tappeto anche quando la polvere non c'è o è talmente poca che farsi sorprendere nell'atto di nascondersela è molto peggio che mostrarla, asserendo con chiarezza: ecco, è rimasto un poco di polvere ma mi sto attrezzando per pulirla.

In Italia si fa un gran parlare di interventismo della magistratura, di esorbitanza dell'ordine giudiziario, di sconfinamento e strapotere di pubblici e ministeri e giudici nell'attività economica. È vero però che i magistrati hanno il compito di far rispettare la legge e di rispondere a un principio che, per quanto contestato ormai da decenni, è iscritto nella nostra carta costituzionale: l'obbligatorietà dell'azione penale. Significa che laddove si ravveda un possibile reato, è compito del magistrato approfondire e accertare se questo reato sia stato effettivamente compiuto e da chi.

Ora, è evidente che – come dimostra tutta la proiezione massmediatica del fenomeno giudiziario – a determinare una maggiore o minore attenzione su un caso concorre in modo non trascurabile anche la sua percezione di gravità da parte dell'opinione pubblica.

Una vicenda che sia costantemente sotto i riflettori di comitati, social network, media, opinione pubblica è inevitabilmente più visibile anche agli inquirenti. È dunque essenziale operare con una comunicazione, si tratti di un ente pubblico o di un'azienda, che sia capace di temperare i due fori fondamentali: da un lato sufficientemente semplice e comprensibile per il pubblico più vasto possibile, dall'altro precisa, puntuale, autentica, per offrire anche agli interlocutori istituzionali le risposte necessarie, precise, certe, tali da non rendere necessari ulteriori approfondimenti, proprio perché trasparenti e fortificate da dati inoppugnabili.

Un siffatto genere di comunicazione previene la crisi ed è anche un buon antidoto all'apertura di eventuali procedimenti di natura amministrativa o giudiziaria, sempre che, naturalmente, si operi nel pieno rispetto della legge. Per porre in essere una strategia comunicativa così descritta occorre che collaborino i professionisti del diritto e quelli delle relazioni pubbliche e della comunicazione, gli esperti in litigation public relation. L'attività, che va sotto il nome di litigation public relation (PR), identifica la gestione a livello professionale delle attività di comunicazione sviluppate ed esercitate dalle parti coinvolte in una controversia legale.

Di un esperto in litigation pr e più in particolare in litigation communication in Italia – anche a causa di una vera e propria deviazione del processo mediatico giudiziario – c'è sempre più bisogno. È almeno dal caso Tortora che assistiamo a una lunga serie di processi mediatici, basti pensare a quanta acqua è passata sotto i ponti dai processi televisivi di Tangentopoli a quello sull'omicidio di Meredith Kercher.

Se tuttavia nel mondo anglosassone e in Germania è pacificamente accettata l'idea di un professionista della comunicazione che affianchi l'avvocato nella difesa di un indagato o imputato, in Italia siamo ancora agli albori di questa pratica, con la lodevole eccezione della Suprema Corte di Cassazione che ha riconosciuto il valore di una difesa anche al di fuori del processo con la sentenza 6827/2014.

Il prossimo futuro dimostrerà come un professionista della comunicazione, dotato delle necessarie competenze giuridica e giornalistica, sarà la figura fondamentale non soltanto per riequilibrare il rapporto tra accusa e difesa di fronte all'opinione pubblica e dunque anche alla magistratura, ma eserciterà anche un ruolo essenziale come attore del processo anticorrittivo, contribuendo in modo determinante a cancellare qualsivoglia opacità nell'attività del pubblico come del privato.

Condividi tramite



Tweet di @formicheneu



Formiche
@formicheneu



A 4 anni da #Rigopiano, il processo non è iniziato.
L'avv. Madia sul disastro giudiziario

Il rischio è di creare degli eterni
imputati...formiche.net/2021/01/a-4-an...



[Incorpora](#)

[Visualizza su Twitter](#)

BMW X1 xLINE PLUS. COSÌ COMPLETA CHE NON PUOI CHIEDERE DI PIÙ.

CORRIERE DELLA SERA

CORRIERE DEL VENETO / CRONACA

Stampa | Stampa senza immagine | Chiudi

FORMAZIONE

Crisi e incidenti in sanità, arrivano manuale e app per gestire le emergenze

In e-book la guida di Camaiora e Munegato per comunicare gli errori. «I medici non sono onnipotenti, spiegare bene è fondamentale». E sul caso del batterio killer: «L'azienda? Scuse tardive, da bocciare»

di SILVIA MORANDUZZO

di Silvia Moranduzzo



La copertina del libro

così c

«Comunicazione di crisi in sanità tra gestione dell'emergenza e litigation pr» è il titolo dell'ebook appena uscito per Kindle e Amazon e pubblicato da Skill Press. Gli autori sono Andrea Camaiora, esperto di comunicazione di crisi, docente alla *24 Ore Business School* e titolare dello studio di comunicazione strategica «The Skill», e Lorenzo Munegato, giornalista e collaboratore di «The Skill», che hanno affrontato un tema delicato quanto fondamentale: come si gestisce una crisi in ambito sanitario. «È molto facile comunicare i successi, molto meno lo è comunicare una crisi – dice Camaiora – L'ambito sanitario è particolare perché è quello che tutti i giorni affronta e risolve crisi. La malattia, in fondo, è una crisi della salute umana, un tema importantissimo da cui discende tutto il resto. Non si dice tra amici “finché c'è la salute c'è tutto”? Tuttavia, è proprio qui che si sottovaluta di più la comunicazione della crisi”. L'Italia è famosa per intervenire sempre nell'emergenza e quasi mai nella prevenzione, secondo gli autori. Invece, prevenire è meno costoso sia dal punto di vista economico sia da quello di dispendio delle energie.

DI PIÙ.

PUBBLICITÀ



MEDICI-PERSONE «La prima cosa da fare è mappare i casi di crisi più frequenti per capire come è meglio agire – spiega Camaiora – I medici non sono onnipotenti, sono persone come tutte le altre, ne esistono di bravissimi, di bravi e di meno bravi, perciò sarebbe bene seguire dei protocolli di gestione e comunicazione nei casi di crisi. In fondo non tutti siamo medici ma d'altro canto non è semplice spiegare a un paziente un intervento o una patologia dal punto di vista scientifico e con un registro comprensibile». L'asso nella manica è la formazione e la conoscenza del mondo della comunicazione. «È fondamentale conoscere il mondo della comunicazione e i registri, senza dimenticare la tempestività – afferma Munegato – Le risposte devono essere ponderate e ragionate e al contempo veloci. Con una caratteristica imprescindibile: veritiere. Mai nascondere la verità».

TEMPESTIVITÀ La tempestività è un elemento che è mancato [nel caso del batterio chimera che ha ucciso sei persone in Veneto](#), probabilmente a causa di un macchinario utilizzato in molti degli ospedali più importanti della regione e prodotto dall'azienda Livanova. «La comunicazione della Livanova in questo caso è da bocciare. Prima di tutto perché è arrivata tardi e poi perché in presenza di contagi e decessi si è limitata a “scusarsi dei disagi provocati” non mostrando la minima comprensione per il dramma vissuto dalle persone coinvolte, al di là della responsabilità che può avere o meno nella vicenda» continua Camaiora. Insomma, l'idea è quella di tacere pensando che la situazione piano piano venga dimenticata. Ma in questo modo si ottiene l'effetto contrario, sostiene il docente: «Si trasmette così l'idea di avere qualcosa da nascondere e si dà la possibilità al primo che passa di colmare quel vuoto».

I SOCIAL Una dinamica che chi lavora con i social network e il web conosce bene. Chi nella sua vita non si è mai appellato dal «dottor web» almeno una volta? Quante «fake news» girano

così c

DI PIÙ.

in rete che possono spaventare e creare idee sbagliate nelle persone? «I social possono essere un'arma potentissima ma non vengono utilizzati nel modo corretto – afferma Munegato – Per esempio, le pagine social delle aziende ospedaliere sono piene di successi ma non vengono mai utilizzate per smentire notizie false in ambito scientifico. Altra cosa da considerare: i social espongono costantemente alle critiche e bisogna essere pronti a rispondere subito altrimenti ne va della reputazione dell'azienda che gestisce il profilo».

L'APP Una risposta tecnologica a un problema è l'app lanciata dal dottor Gabriele Munegato, ex primario del reparto di chirurgia di Conegliano e collaboratore dell'ospedale San Camillo di Treviso. All'interno dell'app ci sono video, documenti e ricostruzioni 3D degli interventi, informazioni sul percorso pre-operatorio e post-operatorio ma anche un sistema di intelligenza artificiale che risponde alle domande più semplici del paziente. Non dovesse bastare, un medico sarà disponibile ad una determinata ora del giorno per chattare e chiarire i dubbi. «Un sistema innovativo che vede però degli ostacoli. I medici hanno veramente molto lavoro e vedono questo genere di cose come un fardello in più proprio perché non entrano nella logica della comunicazione come via per difendersi dalle crisi – spiega Munegato – Prendiamo ad esempio i casi di pazienti che firmano il consenso informato senza capire cosa dovranno affrontare e poi fanno causa al medico o all'ospedale. Con questo sistema si potrebbero evitare queste dinamiche».

23 novembre 2018 (modifica il 23 novembre 2018 | 20:51)
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Raccomandato da Taboola

Taboola Feed

Questo gioco di strategia è il miglior allenamento per il tuo cervello. Nessun download.

[FORGE OF EMPIRES](#)

Proteggi la tua casa con Verisure. -50% a Gennaio

[ANTIFURTO VERISURE](#)

Sapevi che un montascale non deve essere costoso?

[OFFERTARAPIDA.IT](#)

Questo gioco ti aiuta a formare la mente e a pensare strategicamente

[TOTAL BATTLE](#)

Ladri in casa: difenditi con l'antifurto Verisure. -50% a Gennaio

[ANTIFURTO VERISURE](#)

Investire in Bitcoin: fattori da considerare prima di acquistare Bitcoin

[ETORO](#)

Furti in abitazione. Scopri come difenderti con Verisure. Promo -50%

[ANTIFURTO VERISURE](#)

Scopri perchè l'antifurto Verisure è il migliore per proteggere la tua casa

[ANTIFURTO VERISURE](#)

La stanza dei bottoni

23

PROTAGONISTI & INTERPRETI

Equita rilancia sulla finanza per le imprese, tra una settimana tocca a Muzinich. L'Arel insiste sul reddito di cittadinanza, ma chiama le fondazioni. Comunicazione & pr: muovono Camaiora e Palomba

A CURA
di Carlo Cinelli
e Federico De Rosa



Gianfranco Battisti
Il cco delle Fs
premiato tra gli
«eccellenti» per
l'apporto alle
politiche di
sostegno al turismo

Come è finito il (primo) round si sa. L'accordo di Theresa May con la Cee non è passato alla Camera dei Comuni e la Brexit adesso rischia di costare molto cara alla Gran Bretagna. Ma alternative possibili ci sono. Quali? Sicuramente: Michel Barnier, capo negoziatore della Commissione europea per la Brexit, qualche idea ce l'ha e lunedì 18 settembre, alla Bocconi, spiegherà da che parte sta andando non solo la Gran Bretagna ma anche l'Europa. L'intervento di Via Sarfatti ha invitato Barnier a discutere di «Europe after Brexit». Shaping a New Era con il presidente della Bocconi, Mario Monti e Milanoche Shafik, direttore della London School of Economics per celebrare il gemellaggio tra l'ateneo milanese e quello londinese che insieme lanceranno il Double Degree Law-Bocconi in European and International Public Policy and Politics che permetterà agli studenti di ottenere due lauree distinte al termine dei due anni di corso.

Arel, tra fondazioni e reddito

Il governo gialloverde per fortuna ha rimediato alla stertosa. Oppure alla povertà il reddito di cittadinanza può anche essere una soluzione, che ha il rischio di trasformando in esonero di fronte al taglio dei benefici fiscali agli enti non profit. L'incidente è rientrato. E anche se la «sensibilità» del governo su certi temi va ancora testata, l'Arel ha deciso di provare a mettere attorno allo stesso tavolo governi, organizzazioni internazionali e fondazioni per capire come fare sistema nella filantropia. L'appuntamento è per oggi nella sede del think tank a Roma, dove Enrico Letta, nelle vesti di segretario generale, introdurrà agli ospiti la keynote speaker Anja Langenbacher, responsabile europea della Bill & Melinda Gates Foundation, che parlerà di filantropia con Stefano Nandini, di Asister (associazione dei filantropi italiani), Letizia Moratti per la Fondazione San Patrignano e Claudia Salvatori della Fondazione Italia Sociale.

Muzinich a Piazza Affari

Sono stati pionieri sui fondi di finanziamento alle medie imprese ma, soprattutto, di ristrutturazioni

IL GOVERNATORE E COSTAMAGNA PER PERILLI I GATES DA LETTA



Mario Monti
A confronto con
Michel Barnier
sulle prospettive
dell'Europa
post Brexit

aziendali con soluzioni per i crediti, ora Muzinich & co. si ripresenta in Italia. Lunedì prossimo si farà a palazzo Merloni e ci sarà il fondatore, George Muzinich, che con l'amministratore delegato di Borsa Italia, Raffaele Jesualdi, è il numero uno di Iliffe. Luca Peyraro, discusso del complesso rapporto tra mercato del capitale e imprese anticipando un incontro previsto nel pomeriggio sempre nella sede di Borsa, dedica alla finanza per la crescita. Il fondo newyorkese è nato in Italia per essere stato il primo asset manager ad entrare nel mercato del private debt. All'epoca, era il 2013, arrivato Giuseppe Castagna, fino a poco prima capo dello Banco dei Territori di Intesa Sanpaolo. L'estate scorsa invece Muzinich non si è lasciato sfuggire l'occasione di lasciare la carica del Tesoro, Fabrizio Paganini, oggi Global head of economics and capital markets strategy.

Equita con Bocconi sul bond

Al rapporto tra azienale e capitale è dedicato anche l'incontro che Equita ha organizzato con la Bocconi per mercoledì. La domanda è sulla struttura finanziaria delle imprese industriali italiane e sul ricorso al mercato obbligazionario, anziché al canale bancario tradizionale.

Anja Langenbacher
Responsabile per
l'Europa della Bill & Melinda Foundation
Al seminario Arel



nale. Per le risposte Francesco Perilli ha fatto le cose in grande. Il presidente di Equita metterà attorno al tavolo esperti di assoluto rilievo, come il cco di Leonardo Alessandro Profumo, Claudio Costamagna, in qualità di presidente di CCA soci, Paola Locatelli di Simmentis & Simmentis e il fondatore di Three Italia, Mauro Moretti. Il colpo grosso Perilli e Stefano Caselli, proiettore della Bocconi, hanno fatto comunque chiamando a intervenire il governatore della Banca d'Italia, Ignazio Visco.

Battisti premiato

Gianfranco Battisti è un'eccezione italiana per il turismo. Il cco di Fs riceve oggi a Milano il premio Excellence inventato da Ombretta Fumagalli Carilli e Mario Mancini. Battisti è in buona compagnia, riconoscimenti analoghi saranno attribuiti anche alla presidente del Senato, Elisabetta Alberti Casellati e al ministro delle Politiche Agricole e del Turismo, Gian Marco Centinaio.

The Skill cambia

A un anno dalla nascita The Skills, l'agenzia di comunicazione fondata da Andrea Camaiora, raddoppia su Milano. E non solo. All'inizio dell'anno ha aperto i battenti il nuovo ufficio in Foro Bonaparte, affidato a Clementina Colombo, già comunicatrice politica della Regione Lombardia. E ora arriva anche l'apertura a Nord Est, nello studio di design «Favretto & partners» che ospiterà gli uffici di The Skills. Novità anche a Roma dove arriva come senior advisor l'ex deputato Giorgio Lainati, giornalista Fininvest di lungo corso e primo portavoce di Forza Italia nel '94.

Community in Brera

Altre novità nella comunicazione. Community, la società fondata da Auro Palomba, annuncia un doppio cambiamento. Dopo aver lanciato Reputation Science, prima società di consulenza data driven nella gestione della reputazione, Community cambia uffici a Milano, innestandosi nella prestigiosa Brera, in via Trelli, Gobba e a Roma dove ha inaugurato una nuova sede a Prati, in via Nicotina.

© RINOLDI/MILANO

Spilli

Conti strategici
Il risparmio tedesco, la crescita italiana e l'approccio geopolitico gialloverde

E così Paolo Savona. Tra anni, aggiunge un altro incarico a un già fitto curriculum. La sua nomina alla Consob è costellata di polemiche pari quasi a quelle che richiama di affondare sul nascere l'esecutivo, ma serve a togliere la maggioranza dall'imbarco di una Commissione senza guida da settembre. Come sarà il Savona presidente dell'Authority lo vedremo. Il Savona ministro, invece, ha lasciato con quest'ultima pubblica lezione da Germania un eccesso di risparmio dell'8%. Le esportazioni italiane in Germania sono del 30%. Quindi, se la Germania spendesse l'8% il nostro Pil crescerebbe dello 0,8%, che è quel che ci manca per non andare a crescita zero e dispettare gli obiettivi del governo. La logica monetaria non fa una piega. È la sua applicazione a geopolitica e macroeconomia internazionale che non abbiamo capito bene.

© IPRODUCERE RISERVA

Conti facili
Reddito di cittadinanza, il no di Boccia e l'incredulità pentastellata

Laura Castelli, sottosegretario all'Economia, si è dove vengono le perplessità di Confindustria e cittadinanza. Sè è premunita di aggiungere che vedrà abbastanza presto Vincenzo Boccia e i suoi, «e apprenderli con loro una serie di temi». Giusto. P sarebbe potuto incrinare a farlo gli ventiquattro quella dichiarazione, e le sarebbe bastata una semp velocissima visita alla Commissione Lavoro del Senato. L'audizione c'era Pierangelo Albini, direttore Anna La dell'associazione industriali, e non ha dovuto usare per inquadrare il problema: se il reddito di cittadino singolo arriva fino a 70 euro al mese, e «lo stipendio giovani under 30 si attesta a 800 euro netti al mese» calcolatrice scientifica per capire che cosa conviene.

© R1

L'Economia

del CORRIERE DELLA SERA

Equita rilancia sulla finanza per le imprese, tra una settimana tocca a Muzinich. L'Arel insiste sul reddito di cittadinanza, ma chiama le fondazioni. Comunicazione & pr: muovono Camaiora e Palomba

The Skill cambia

A un anno dalla nascita The Skill, l'agenzia di comunicazione fondata da **Andrea Camaiora**, raddoppia su Milano. E non solo. All'inizio dell'anno ha aperto i battenti il nuovo ufficio in Foro Bonaparte, affidato a **Clementina Colombo**, già comunicatrice politica della Regione Lombardia. E ora arriva anche l'apertura a Nord Est, nello studio di design «Favretto & partners» che ospiterà gli uffici di The Skills. Novità anche a Roma dove arriva come senior advisor l'ex deputato **Giorgio Lainati**, giornalista Fininvest di lungo corso e primo portavoce di Forza Italia nel '94.

23 Agosto 2018

Autostrade, Camaiora: su Genova comunicazione sbagliata

Francesco Chierchia

[Home](#) / [Imprese](#)

Comunicazione sbagliata, senza alcuna capacità di gestire un situazione di crisi grave. **Andrea Camaiora**, **Ceo dello studio di comunicazione strategica The Skill**, e docente di litigation pr, crisis e comunicazione trasparente all'Università di Roma Tor Vergata e alla Business School del Sole 24 Ore, analizza le conseguenze del piano di comunicazione adottato da Autostrade Per l'Italia in seguito al tragico crollo del Ponte Morandi di Genova.

Qual è il suo giudizio sulla gestione della comunicazione di crisi da parte di Autostrade per l'Italia, in occasione del crollo del ponte Morandi?

"Il fallimento della struttura di comunicazione di Autostrade per l'Italia (Aspi) è stata sotto gli occhi di tutti, esperti o meno esperti, fin da subito. Basti pensare alla scelta di emettere due comunicati: il primo, freddo oltre ogni aspettativa, e il secondo, a distanza di tempo, di cordoglio. Non vi era alcuna ragione per effettuare questa scelta: entrambi i comunicati erano assai brevi ma certamente gli organi di informazione non avrebbero censurato parti di un comunicato più lungo di Autostrade per l'Italia in un momento del genere! Ciò che ha stupito maggiormente, purtroppo negativamente, gli addetti ai lavori, gli esperti di comunicazione di crisi, è che una società con le caratteristiche e le dimensioni di Aspi abbia potuto non dimostrarsi in alcun modo all'altezza di un caso di crisi, quando per un'azienda del genere la gestione della crisi dovrebbe essere la normalità e soprattutto il primo fattore da prendere in considerazione. Nel primo comunicato di Aspi vengono scritte una serie di informazioni che minano da subito l'attendibilità della fonte: si minimizza dicendo che è caduto 'solo' una 'parte' del ponte. Si spiega che il ponte è 'risalente agli anni '60' e dunque seguendo questa informazione ci dovremmo preoccupare della gran parte dei viadotti in Italia, per non parlare di chi si azzarda a percorrere i ponti di epoca romana! Infine, il tono dei comunicati, anche del secondo di cordoglio, con la 'brillante' idea di trasmettere un'idea di fondo: a prescindere dal punto di vista, non è colpa nostra se il ponte è crollato. E che dire dei social network? Il primo post sulla pagina Facebook aziendale è di quasi cinque ore successivo al crollo ed è comunque, incredibilmente, non quello di cordoglio ma ancora una volta quello tecnico. Per non parlare del fatto che il comunicato di cordoglio è mescolato a una nota di aggiornamento sugli incontri istituzionali e tecnici. Che senso ha annacquare ulteriormente la manifestazione per la partecipazione al dolore dei familiari delle vittime? È evidente, insomma, che i comunicatori di Aspi non erano in alcun modo attrezzati e preparati ad affrontare una situazione del genere. Per questo ritengo che la loro impreparazione sia superata solo dalla superficialità con la quale il management di un'azienda attiva nel settore delle infrastrutture e dei trasporti non ha ritenuto di dotarsi di un'adeguatamente professionalizzata struttura di crisis communication e management e di esperti in litigation pr capaci di mediare, al momento della diffusione delle prime note stampa, tra le esigenze della comunicazione e quelle dei legali, che come sempre in questi casi si sono imposti producendo un danno enorme all'azienda".

Spesso l'attività di comunicazione di aziende e grandi gruppi viene condotta dai legali, risultando inefficace o, in alcuni casi, dannosa. In che modo si potrebbe evitare un processo simile?

“È ormai almeno un secolo, a prescindere dalla nostra maggiore o minore consapevolezza, che le vicende giudiziarie interagiscono con quelle della comunicazione e informazione. Chi non vuole vedere l'elefante in cristalleria è libero di farlo ma ne pagherà tutte le conseguenze. Sempre più spesso enormi danni di immagine sono prodotti da una condotta comunicativa dettata in modo cieco da eccellenti avvocati. Il risultato è che gli imputati sono assolti ma la loro immagine e reputazione è distrutta, spesso irrimediabilmente. Un grande avvocato, anche di vecchia scuola e dunque poco incline a comunicare, può accettare invece di comprendere che esiste un foro esterno e uno interno della vicenda giudiziaria e che entrambi meritano di essere curati, purché la comunicazione non danneggi mai la tutela in ambito legale o processuale. Ciò dipende anzitutto se il comunicatore è autorevole e percepito dai legali come un esperto del loro settore. Si può trasferire bene all'opinione pubblica, ai media e agli interlocutori istituzionali in primis la magistratura, lo si può fare empaticamente e con tempistiche compatibili con i mezzi di informazione se la struttura di comunicazione è in grado di 'tradurre' avvocatese e tecnicismi vari in tempi stretti e senza storpiare il messaggio stesso. La comunicazione può, infine, essere efficace e determinata, senza aggredire la magistratura e gli altri interlocutori ma anzi, assai spesso, contribuendo a trasferire stati d'animo, reali intendimenti, volontà di collaborare, assai più rapidamente che non attendendo le memorie prodotte dai legali o, peggio, le occasioni che il sistema giudiziario e amministrativo offrono ai soggetti interessati”.

La tragedia di Genova sembra aver innescato una pericolosa spirale, sollevando forti dubbi sulla sicurezza di numerose altre infrastrutture del Paese.

“Esattamente. La pessima gestione della crisi da parte di Aspi sta provocando un 'effetto valanga' con la messa in dubbio dell'affidabilità di tenuta di tutti i ponti, tunnel e infrastrutture in Italia e l'apertura di una serie di contestazioni nei confronti di Autostrade sia da parte degli enti locali (con la ben nota quanto odiosa pratica di estenuanti conferenze di servizi) sia da parte dell'autorità giudiziaria. Contemporaneamente assisteremo al sorgere di comitati per la salute di questa o quell'opera, animati da personaggi in cerca di autore (nonché di gloria, notorietà e, perché no, elezione da qualche parte) con una sindrome Nimby (Not in my back yard) che si diffonderà ancora di più in un Paese, l'Italia, nel quale è già fortissima. Le cronache locali dei giornali e i social network saranno invasi, già nei prossimi giorni e nelle prossime ore, da questi “esperti” di infrastrutture e genio civile della porta accanto che si faranno strada secondo la regola del chi la spara più grossa. Questo ha già prodotto un primo 'costo' per l'azienda che si è dotata di una serie di comunicatori più attrezzati, abituati a gestire situazioni del genere, poi studi legali di grande peso, ma in aggiunta Aspi affronterà lo stillicidio quotidiano della miriade di piccole interviste, articoletti, denunce su quotidiani locali e online che denunceranno la pericolosità anche delle infrastrutture più sicure. Il costo per l'azienda lieviterà enormemente perché ogni impegno di verifica – ovviamente in contraddittorio col ministero delle infrastrutture (MIT) – e ogni intervento di ristrutturazione o rafforzamento delle opere esistenti non potrà essere condotto certamente, dopo quanto accaduto a Genova, con la logica del minimo indispensabile. E quindi, a maggior ragione, il costo della cattiva comunicazione di crisi si ripresenterà con interessi da usura nei confronti di Aspi”.

Quali saranno le ricadute per gli altri operatori coinvolti, direttamente o indirettamente, nell'accaduto?

“L'effetto valanga non risparmierà anche gli altri grandi operatori: da Anas a Rfi, da Trenitalia ad Alitalia. Sarà bene che chi tra questi grandi operatori ancora non si è dotato di esperti di crisi e comunicazione in vicende mediatiche giudiziarie corra rapidamente ai ripari. Al primo deragliament, alla prima frattura o frana, al primo serio problema tecnico, il fantasma del ponte Morandi si riaffaccerà all'attenzione dell'opinione pubblica e sarà unanimemente considerato come un'aggravante dell'accaduto. Vanno quindi immediatamente mappate tutte le ipotesi di rischi connessi all'attività dei grandi operatori del settore dei trasporti, correre immediatamente al riparo, in tempi strettissimi, per ridurre la probabilità del rischio conosciuto e predisporre protocolli di intervento congiunto tra parte tecnica e comunicatori per ridurre al minimo l'impatto della crisi ed evitare che, come per la compagnia crocieristica Costa e Aspi, la gestione del dramma peggiori persino l'entità del dramma stesso. È veramente il caso di mutuare uno slogan pubblicitario, 'prevenire è meglio che curare', e capire anche in Italia, il Paese delle crisi continue, ripetute, perseverate, che occorre agire d'anticipo.

Rispetto all'evoluzione della crisi e alle successive fasi della comunicazione cosa pensa della linea tenuta da Aspi?

“Quanto a Genova, l'AD di Autostrade, Castellucci, ha detto che la società è in grado di dotare Genova di un moderno ponte in acciaio in appena otto mesi, ma ha specificato che tale tempo è “a valle delle autorizzazioni”. Ci sarebbe da ridere se non ci fosse da piangere: dopo quel che è successo, inizierà il valzer delle richieste di studi, approfondimenti, sondaggi, valutazioni e richieste pareri per non assumersi la responsabilità di approvare il progetto di Autostrade, mentre Genova resterà isolata, il Porto perderà operatori e progressivamente posti di lavoro, la Liguria risulterà drammaticamente spezzata in due e ciò senza veder partire il sempre più indispensabile progetto della Gronda. Questo però non è colpa di Aspi ma di una nazione, la nostra, in cui né la classe politica né il suo apparato amministrativo burocratico tende ad assumersi le responsabilità, spesso per paura che una decisione venga contestata dalla magistratura”.

Sul fronte politico, come valuta le posizioni adottate dal governo in merito alla questione?

La battaglia di parte del governo per chiedere la revoca della concessione in mano ai Benetton, citati per portare avanti la battaglia della personalizzazione della società, ha fatto crescere il consenso nei confronti dell'esecutivo e dei suoi leader più rappresentativi, Salvini e Di Maio, plasticamente raffigurato negli applausi ai funerali di Stato. A breve si capirà che nazionalizzare o rimettere a bando la gestione di 3.000 chilometri di autostrade porterebbe a rischi ancor più gravi (oltre al pagamento di una penale), quindi si lascerà la

concessione ai Benetton ma rivedendo le condizioni e tentandone un addomesticamento. Ciò sarà sufficiente per dimostrare agli elettori che la nuova politica finalmente supera la soggezione nei confronti dei potentati economici e imprenditoriali. Per contro, però, e anche questo era ampiamente prevedibile, Aspi è passata al contrattacco mettendo lei in stato di accusa le continue esternazioni dei principali esponenti del governo: il ministro Toninelli con la lettera di contestazione ufficiale e le parole dei ministri Di Maio e Salvini. Ed è già tanto, o forse un poco curioso, che ancora non sia emersa alcuna ipotesi di aggrottaggio intorno al disastro del ponte Morandi. La Consob da parte sua ha acceso il faro già dal 14 agosto sulle forti oscillazioni della capogruppo di Aspi, Atlantia, che in otto giorni ha perso circa 5,5 miliardi di capitalizzazione. La società, controllata al 30% dalla famiglia Benetton, ha perso in una settimana più di un quarto del valore, passando da oltre 20 miliardi a circa 15. La 'nuova' comunicazione di Aspi-Atlantia è più efficace. Fa passare su tutti gli organi di informazione che le perdite non sono solo per i Benetton ma per tutti gli azionisti, che Atlantia è pronta a trattare ma quando nell'esecutivo si capirà quale linea intendono assumere: quella di Giorgetti-Lega o di Di Maio e Cinque Stelle? Parallelamente alle ipotesi di iniziative legali della società per le enormi perdite proprie e degli azionisti, si è aperta la trattativa sugli indennizzi ma la partita non è ancora iniziata realmente e molto dipenderà anche dalle reali intenzioni della famiglia Benetton che ha fatto sapere a mezzo stampa, ma senza dichiararlo direttamente, che potrebbe 'tranquillamente' cedere Aspi con tanto di debiti allo Stato e rimanere con un nocciolo rappresentato da una miriade di partecipazioni, con le autostrade spagnole e margini di circa il 47%. Siamo nel pieno della 'fase' della comunicazione ma i professionisti del settore dovranno lavorare, come sempre in questi casi, pensando già alla terza fase, quella del ritorno alla normalità".

A portata di click

Acquista Fortune in formato digitale per leggere i nostri contenuti su qualsiasi dispositivo.

ACQUISTA L'EDIZIONE DIGITALE

In ufficio o a casa tua

Abbonati per ricevere dove preferisci ogni nuova uscita della versione cartacea di Fortune.

ABBONATI ALLA RIVISTA

Rimani aggiornato

Iscriviti alla nostra newsletter per ricevere la migliore selezione degli articoli di Fortune.

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

Leggi anche

Il cammino di Fincantieri verso il ponte di Genova

28 Aprile 2020

Liguria isolata e commercio a rischio. Aspi: A26 riapre parzialmente

26 Novembre 2019

Nuova Champions League, sempre più ricca

14 Settembre 2019



Agenda



0 Comments

marzo 6, 2019

Pasta Zara sceglie Deloitte e The Skill

The Skill – società specializzata in crisis communication, brand storytelling e litigation pr con sede a Roma, Milano e Padova – supporterà la comunicazione del rilancio di Pasta Zara, importante player veneto dell'agroalimentare italiano.

A coordinare il team di The Skill saranno il ceo e fondatore, Andrea Camaiora (nella foto), e il responsabile d'area per il Nord Est, Lorenzo Munegato, che lavoreranno a stretto contatto con il management della società veneta e con il team di Mattia Franchi, partner di Deloitte, advisor finanziario di Pasta Zara.

La squadra di The Skill è stata recentemente rafforzata dall'arrivo di Giorgio Lainati, già giornalista Fininvest, capo ufficio stampa di Forza Italia, vice presidente della commissione di Vigilanza Rai e consigliere per la comunicazione della Presidenza del Consiglio dei Ministri, che è entrato nel team con il ruolo di senior advisor.

Share



Tags

The Skill Andrea Camaiora Lorenzo Munegato Giorgio Lainati Pasta Zara
Deloitte Newswire Mattia Franchi

Vota questo articolo

Articoli che potrebbero interessarti



Portolano Cavallo
lancia il progetto di
stage pre-laura.

Carlizzi di RSM
nuovo presidente
del collegio
sindacale di



MN Tax&Legal per
il passaggio di

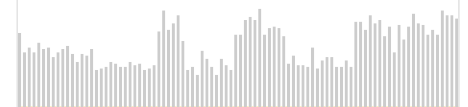
Complex

L'avvocatura oltre la
superficie - 113°...



00:00

28:19



Scenari Legali

Scenari Legali -
Licenziamenti: il punt...



00:00

16:12



Mag N° 158 – 08/03/2021



SCARICA GRATIS IL TUO
MAG



Trading Logistic
YOUR CONTAINER SOLUTION

LIGURIA NEWS

Genova24.it

LA VOCE DEL
TIGULLIO

CITTÀ DELLA SPEZIA
il quotidiano on line della Spezia e provincia

LA VOCE APUANA

LA REDAZIONE
0187 1852605
0187 1852515
Scrivici

PUBBLICITÀ
Sfogliala brochure
0187 1952682
Contattaci

CDS
NEWS

CITTÀ DELLA SPEZIA
il quotidiano on line della Spezia e provincia

Ultimo aggiornamento: Giovedì 21 Gennaio - ore 19.51



Tutte le notizie

DOMANI
ORE 09:00



9.9 °C



Cerca nel sito

Cerca

ATTUALITÀ

 FACEBOOK

 TWITTER

 TELEGRAM

 LINKEDIN

 PINTEREST

Trasparenza e anticorruzione per i dipendenti comunali

L'iniziativa voluta dal sindaco Pierluigi Peracchini, si inserisce nel solco delle misure innovative previste dal piano triennale redatto dal segretario comunale, Sergio Sortino.



La Spezia - La trasparenza come chiave per la "compliance", il rispetto della normativa esistente nel settore pubblico e privato per prevenire i casi di mala amministrazione, i reati e l'anticorruzione sui cui la legge interviene, tra l'altro, prevedendo la stesura di veri e propri piani anticorruzione e trasparenza. Saranno temi affrontati venerdì mattina con i dipendenti del Comune della

Spezia da Andrea Camaiora, docente in «Comunicazione trasparente» al Master anticorruzione dell'Università degli Studi di Roma Due "Tor Vergata". L'iniziativa, fortemente voluta dal sindaco, Pierluigi Peracchini, si inserisce nel solco delle misure innovative previste dal piano triennale anticorruzione e trasparenza redatto dal segretario comunale, Sergio Sortino.

L'incontro che vedrà relatore il prof. Camaiora segue un primo appuntamento di alcuni mesi fa al quale hanno partecipato, tra gli altri, il procuratore della Repubblica, Antonio Patrono, i comandanti provinciali dell'Arma dei Carabinieri e della Guardia di Finanza, il Ten. Col. Antonio Bruno e il Col. Massimo Benassi, il presidente dell'Ordine dei Giornalisti della Regione Liguria, dott. Filippo Paganini, e l'avv. Maurizio Sergi, segretario dell'Ordine degli avvocati.

VIP
SALES

DAL 4 AL 28 GENNAIO
SOLO CON LA TUA VIP CARD

-30%
SUL PREZZO
OUTLET

BRUGNATO 5TERRE
OUTLET VILLAGE

SHOPINN
BRUGNATO 5TERRE
OUTLET VILLAGE

APPROFITTA
DELL'ECOBONUS



SPIGAS
CLIENTI
GAS | LUCE | SERVIZI

Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020



Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale:
l'Europa investe nelle zone rurali

GAL
PROVINCIA
DELLA SPEZIA
2014/2020



FOTOGALLERY

La catastrophe a fait chuter l'image d'Atlantia

La réponse de la famille Benetton à l'effondrement du pont constitue un cas d'école d'échec de communication de crise.

« On retirera la concession autoroutière à Atlantia, après cette entreprise sera au bord de la faillite. » Un an après la tragédie, les menaces de Luigi Di Maio, ministre du Développement économique et de l'Industrie, à l'encontre du groupe de la famille Benetton, sont restées lettres mortes. En s'effondrant le 14 août 2018, le pont Morandi a fait 43 victimes. Il en a entraîné dans sa chute une 44^e : l'image de son concessionnaire autoroutier, Autostrade per l'Italia, filiale d'Atlantia.

Le concessionnaire de l'autoroute a été immédiatement critiqué pour avoir été plus attentif aux profits qu'à l'entretien et à la sécurité du viaduc. Des accusations confirmées par des experts mandatés dans le cadre de l'enquête judiciaire ouverte pour établir les responsabilités. Ils pointent les nombreuses négligences d'Autostrade per l'Italia dans la catastrophe.

« C'est aussi une catastrophe médiatique pour le groupe, estime Andrea Camaiora, administrateur délégué du cabinet de communication The Skill, spécialisé en situations de crise. On peut parler de cas d'école d'"epic fail" qui représente une exception en Italie, où l'on est souvent accusé de ne pas savoir travailler sur la prévention des crises, mais où notre grande capacité de réaction est reconnue. » Tout l'inverse de ce qui s'est passé avec Atlantia, dont l'attitude a, dans un premier temps, profondément choqué l'opinion.

Le premier communiqué de presse publié est arrivé avec retard, minimisant dans un pre-

mier temps les faits. De sèches condoléances ne sont arrivées que plus tard. A cela s'ajoute le maintien par la famille Benetton d'un grand barbecue mondain prévu de longue date, le lendemain de l'accident. Rien d'étonnant à ce que ses représentants aient été copieusement hués lors des funérailles des victimes.

Redorer son blason avec Alitalia

« Atlantia est devenu le bouc émissaire idéal, poursuit Andrea Camaiora, mais il est stupéfiant qu'un groupe gérant des infrastructures dans le monde entier, donc confronté quotidiennement à des accidents, ne dispose pas d'une unité de crise, capable de répondre en temps réel et de manière adéquate à un événement de cette ampleur. Il ne suffit pas d'avoir de bons communicants, il faut aussi des dirigeants qui sachent faire preuve de tact et de sensibilité. Cela a fait défaut à Autostrade per l'Italia, dont l'administrateur délégué, Giovanni Castellucci, au lieu de faire profil bas, s'est exposé médiatiquement immédiatement après sa rencontre avec le maire de Gênes et le président de la région, révélant avant eux la teneur de leurs discussions. »

Atlantia cherche désormais à troquer son statut de bouc émissaire contre celui de chevalier blanc d'Alitalia. Il est disposé à investir entre 300 et 400 millions d'euros pour une participation de 35 % dans le capital de la compagnie aérienne au bord de la faillite. Un acte purement intéressé, selon la presse italienne. Outre la tentative d'apaiser ses relations avec le gouvernement, qui menace toujours de lui retirer sa concession autoroutière, Atlantia, qui contrôle Aeroporti di Roma, a tout intérêt à un sauvetage d'Alitalia. — O. T.

Les chiffres clefs

281

FAMILLES IMPACTÉES

dont les maisons sont inhabitables depuis la catastrophe.

24.000

TONNES

d'acier seront nécessaires à la reconstruction du pont.

202

MILLIONS D'EUROS

Le coût estimé du chantier.

La catastrofe fa crollare l'immagine di Atlantia





AGENZIE

06/09/2019

di Caterina Varpi

THE SKILL AL FIANCO DI INTESA SANPAOLO BANK ALBANIA

Il Ceo, Andrea Camaiora, sarà impegnato in un tour di incontri e conferenze

Andrea Camaiora, docente universitario ed esperto di comunicazione strategica, anticorruzione, trasparenza e crisis communication, Ceo della [società di comunicazione The Skill](#), sarà impegnato nei prossimi giorni in un **tour di incontri e conferenze in Albania**. Camaiora e il suo team - capofila il capo dell'area digital, events e brand storytelling, Giovanni Cioffi - saranno lunedì 9 settembre per incontri privati a Durazzo; sarà poi la volta di una lezione martedì 10 alle ore 14.00 presso la sede di Confindustria Albania a Tirana. Infine, mercoledì 11 settembre dalle ore 9 alle ore 11 un corso esclusivo per Intesa Sanpaolo Bank Albania, a Laprakë. "L'Albania è un Paese vivace e dalle importanti prospettive economiche - spiega Andrea Camaiora - che deve però lavorare molto sulla trasparenza dei settori pubblico e privato, nelle azioni di contrasto alla corruzione e nelle più moderne e avanzate tecniche di comunicazione. Tutti argomenti che possono interessare politica, imprese, pubblica amministrazione e università albanesi. Italia e Confindustria Albania, grazie all'impegno e all'intelligenza del suo brillante Presidente, Sergio Fontana, vogliono aiutare la crescita albanese valorizzando le caratteristiche tipiche dei due popoli".



SCOPRI ALTRI CONTENUTI SU

| [Andrea Camaiora](#) | [Intesa Sanpaolo](#) | [The Skill](#) |

ARTICOLI CORRELATI

AGENZIE

Menegh & Associati acquisisce Drawlight e punta ad un fatturato a +15% nel 202



Home > Cultura > Interviste

Comunicazione strategica, trasparenza e anticorruzione. Intervista a Andrea Camaiora, fondatore di The Skill

7 Settembre 2019

0



Andrea Camaiora, fondatore di The Skill

105

Condivisioni



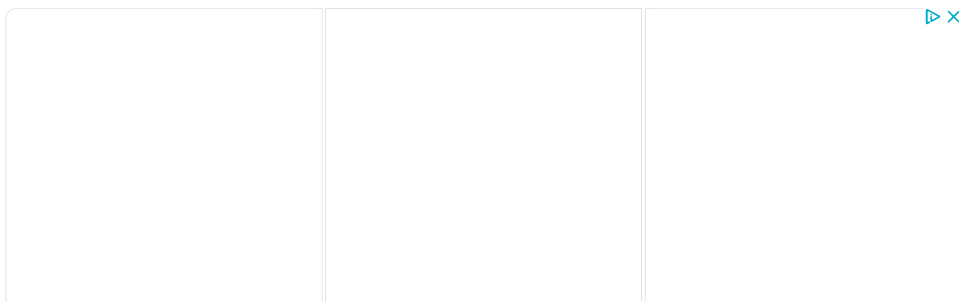
Condividi



Condividi



Condividi

Provaci a soli €8
Sticker Mule

Pubblicità

Andrea Camaiora è uno dei massimi esperti in Italia nei settori della comunicazione trasparente, materia legata all'anticorruzione, della comunicazione di crisi e di vicende mediatico giudiziarie.

È il fondatore di **The Skill**, studio di comunicazione strategica con sedi a Roma, Milano e Padova che da alcuni mesi sta concentrando la sua attenzione anche sull'Albania, dove sarà anche dal 9 all'11 settembre (Dhërmi, Durrës e Tirana) per una serie di incontri e conferenze: da Confindustria Albania a Intesa San Paolo Bank Albania. *Lo abbiamo contattato e gli abbiamo rivolto alcune domande.*

In Italia esiste tutt'oggi una rappresentazione distorta dell'Albania. Perché secondo lei non rispondente alla realtà?

"Sì, purtroppo gli Italiani hanno scarsa memoria. Non hanno ricordo e gratitudine per l'eroico impegno di Skanderbeg e hanno dimenticato gli incredibili, straordinari legami tra Italia e Albania tra il primo dopoguerra fino agli anni '40, quando era assolutamente normale, ad esempio, viaggiare da Roma e Torino verso Tirana, da Durres verso Bari... poi negli anni '90 l'arrivo in massa degli emigrati albanesi ha fermato nella memoria di molti l'idea di un Paese povero e sfortunato. Forse sono vere entrambe le considerazioni ma l'Albania, al contrario dell'Italia, è un Paese vivace, con un'economia viva e vitale, molto simile all'Italia degli anni '50.

Come può l'Albania essere opportunità per gli imprenditori italiani? Quali sono i settori dove investire?

L'Italia, in generale, può portare in dote all'Albania tre caratteristiche importanti: è anch'essa un Paese mediterraneo, conosce meglio di chiunque la terra di Skanderbeg, è una potenza economica del G7 che ha compiuto già decenni passati gli errori che accompagnano i boom economici e può evitare agli albanesi gli errori che sono stati compiuti da noi. In Albania, ad esempio, le aziende e gli architetti italiani lavorano molto. È prioritario evitare di aggiungere colate di cemento mal speso per creare orrendi ecomostri. L'Italia investe però non solo nell'edilizia ma anche nel turismo, nelle manifatture, nelle infrastrutture, nella farmaceutica (altro settore su cui l'Albania non può restare indietro). Insieme possiamo fare davvero molto.

Quali sono le aziende con cui lo studio The Skill collabora in Albania e quali sono le aziende che possono rivolgersi a voi e perché?

The Skill ha appena avviato un rapporto con l'Albania tutto sommato da pochi mesi. Ma abbiamo già editato con The Skill Press la prima business guide in formato eBook, pochi mesi prima che Lonely Planet sfornasse la prima guida interamente dedicata alla Nazione delle Aquile. Nel volume forniamo consigli preziosi agli imprenditori italiani: non solo sulla normativa, la storia, la geografia e il contesto politico istituzionale, ma anche relativamente agli hotel e i ristoranti dove recarsi!

Siamo più in generale al fianco di imprese, professionisti e pubbliche amministrazioni in diversi Stati europei in progetti raffinati, complessi, particolari che richiedono competenza, alti livelli di specializzazione, capacità di mettere insieme comunicazione, leggi, prevenzione dei reati, prevenzione e gestione della crisi. Come tributo a **Indro Montanelli**, che nel '39 firmò il volume **"Albania Una e Mille"**, la nostra business guide si chiama **"Albania Una e 2019. Doing Business Guide"**. Del volume, **Albania News** è stata la prima testata ad **occuparsi** e di questo vi ringrazio.

Dal 9 all'11 settembre sarà in Albania per un tour di incontri in collaborazione con la Confindustria Albania (rappresentante dell'industria italiana in Albania). Di cosa parlerà, quali sono le aziende che parteciperanno?

Anzitutto lunedì faremo un giro nella parte meridionale del Paese, per avere un'idea generale che vada oltre l'orizzonte limitato di Tirana. Le aquile volano e devono volare anche a Valona, Scutari, Durazzo. Vanno valorizzate le Alpi albanesi e Berat, le isole. C'è molto da fare. Abbiamo in mente di organizzare per la prossima primavera un tour di professionisti italiani di eccellenza e di costruire una Business School albanese sul modello delle più avanzate dell'occidente. Sono poi previste due lezioni sulla comunicazione strategica, su trasparenza e anticorruzione e su comunicazione di crisi e litigation pr (gestione di vicende mediatico giudiziarie), una per Confindustria Albania – che riunisce però non solo imprese italiane ma anche tante albanesi – e l'altra per Intesa Sanpaolo Bank Albania, tra i principali poli bancari nel Paese delle Aquile.

Ci può fare un esempio di successo di azienda italiana in Albania? Cosa lo ha aiutato in questo successo?

Sarebbe proprio difficile dare un solo esempio di un'azienda italiana di successo. Le storie sono tante, tutte diverse tra di loro. Ma il successo è dovuto dalla intelligenza imprenditoriale, il coraggio e l'ottimismo. Tra queste sicuramente **Maccaferri**, **Petroliera**, **Essegei**, **Grassi**. **Farmalabor** è poi impegnata su un doppio fronte: sia con una società di distribuzione dei propri prodotti in Albania e sia attraverso l'importazione in Italia di piante officinali e altre materie prime finalizzate agli integratori alimentari.

Tenga conto che in questo momento **Confindustria Albania** è guidata da un visionario e straordinario capitano d'impresa come **Sergio Fontana**, maestro nel costruire "ponti" nelle opposte sponde dell'Adriatico e a convincere tanti imprenditori italiani a scommettere sugli albanesi. Ciò incentiva altre imprese, come è stato anche il caso della nostra The Skill, a lanciarsi nell'avventura skipetara.

Due giorni fa è uscito il rapporto definitivo dell'OSCE sulle amministrative del 30 giugno che critica il processo elettorale. Quanto può riflettere tale rapporto sulle decisioni degli imprenditori stranieri ad investire in Albania?

Sicuramente influisce e in alcuni casi è determinante. Il tema istituzionale e politico albanese è centrale: bisogna che tutti rispettino le regole e che ci sia un effettivo e duro contrasto alla corruzione. Ci vuole una battaglia per una moderna trasparenza sia nel settore pubblico che in quello privato.

I dati emersi dal rapporto Osce accendono i riflettori sulla grave carenza di misure utili a contrastare abusi e contraffazioni durante le elezioni: problematiche che aggiungono un tassello critico nel quadro dell'affidabilità percepita dell'Albania. Alla luce dello

strettissimo rapporto tra dinamiche economiche e politiche di un Paese, questo deficit può indebolire il rapporto con imprenditori stranieri che hanno investito o vorrebbero investire in terra albanese. Un sistema trasparente, che garantisca ad esempio protezione a chi subisce pressioni politiche, studiato nell'ottica di una globale lotta a fenomeni corruttivi, può senz'altro rappresentare una decisiva marcia in più per la crescita della nazione.

Leggi anche

Albania. Un'esasperazione che va oltre ai partiti e che mette sotto accusa il Sistema [↗](#)

Argomenti: [Confindustria Albania](#) [Economia Albanese](#) [OSCE](#)

 **Condividi** 105

 **Tweet**

 **Condividi**



Articoli correlati

Emergenza coronavirus in Albania, dal governo pacchetto di aiuti magro

🕒 22 OTTOBRE 2020

L'impatto del denaro "sporco" nell'economia albanese

🕒 02 OTTOBRE 2020

Delegazione OSCE in Albania, l'italiano Del Monaco è il nuovo ambasciatore

🕒 30 SETTEMBRE 2020

Albania-Italia: gli effetti del Covid-19 sugli scambi commerciali

🕒 21 LUGLIO 2020

Albania, niente tasse per le piccole imprese con fatturato fino a 14 milioni di lek

🕒 18 LUGLIO 2020

Albania, quattro scenari per la ripresa economica

🕒 04 LUGLIO 2020

Discussione su questo articolo

Commenti: 0

Ordina per **Novità**



Aggiungi un commento...

[Plug-in Commenti di Facebook](#)

Home / ADVexpress / News / Industry / Digital / 'TiStaCuore', The Skill affianca Tigotà e la...



Digital

'TiStaCuore', The Skill affianca Tigotà e la Fondazione Policlinico Universitario Gemelli

Il progetto, che coinvolge l'ospedale romano e la nota catena che vende prodotti cosmetici e prodotti per la pulizia della casa, è mirato a ripensare il comfort degli spazi ospedalieri e a migliorare il rapporto comunicativo medico-paziente-famiglia, il tutto in un contesto di quadri clinici delicati. Per la campagna solidale hanno prestato la propria popolarità influencer come MikeShowSha (Federico Betti), Ambra, Ludovica Bizzaglia, Alessandra Pierelli, Katia Noventa e altri ancora si sono aggiunti spontaneamente. Il potenziale bacino di utenti sfiora i quattro milioni.

Lo studio di comunicazione **The Skill**, specializzato in brand storytelling, supporta la **Fondazione Policlinico Universitario Agostino Gemelli** e **Tigotà** in un importante progetto di beneficenza.

Il progetto, che coinvolge l'ospedale romano e la nota catena che vende prodotti cosmetici e prodotti per la pulizia della casa, è mirato a ripensare il comfort degli spazi ospedalieri e a migliorare il rapporto comunicativo medico-paziente-famiglia, il tutto in un contesto di quadri clinici delicati. Una campagna per la ri-umanizzazione delle cure, che, oltre la terapia, valorizzi anche l'accoglienza e la vicinanza per costruire relazioni positive tra le persone e i luoghi di cura. Un percorso di formazione del personale infermieristico e medico per avvicinarsi al paziente non solo dal punto di vista terapeutico, insomma, ma umano.

Motore dell'iniziativa è l'Area Cardiovascolare e della Cardiocirurgia del Gemelli guidata dal professor **Massimo Massetti** che commenta: "Non c'è solo la terapia, è fondamentale l'esperienza vissuta in ospedale e la capacità di costruire relazioni positive tra le persone e i luoghi di cura". Acquistando il cofanetto Tigotà si finanzia così questa lodevole iniziativa dell'ospedale romano.

"Per questa campagna solidale – spiegano **Andrea Camaiora**, Ceo di The Skill, e **Lorenzo Munegato**, che coordina il team di The Skill dedicato all'iniziativa – hanno prestato la propria popolarità influencer come **MikeShowSha** (Federico Betti), **Ambra**, **Ludovica Bizzaglia**, **Alessandra Pierelli**, **Katia Noventa** e altri ancora si sono aggiunti spontaneamente. Il potenziale bacino di utenti sfiora i **quattro milioni**. È un'operazione social-sociale, nella quale alle vecchie pubblicità progresso si sostituiscono messaggi veloci che sfruttano tutta la potenzialità dei nuovi mezzi di comunicazione e interazione".

Camaiora e **Munegato** agiranno di concerto con il responsabile della Direzione Marketing e Comunicazione del Gruppo Gottardo, **Pericle Ciatto**.

Forbes

Business (/business/) | Technologie (/technologie/) | Entrepreneurs (/entrepreneurs/) | Management (/management/) | Finance (/finance/) |
Environnement (/environnement/) | Lifestyle (/lifestyle/) | **Luxe** (/luxe/) | **Femmes@Forbes** (/femmes-at-forbes/) |
[Abonnement Newsletter](#) (/club-forbes)

Medias France / (<https://www.forbes.fr/mediasfrance/>)

The Skill, la compétence pour affronter le cirque médiatico-judiciaire

(https://www.forbes.fr/author/louise_mf/)

Forbes
BrandVoice
by **MédiasFrance**

2 décembre 2019 (<https://www.forbes.fr/mediasfrance/the-skill-la-competence-comme-essence/>)



Basée à Rome, Milan et Padoue, cette agence se consacre depuis 2018 à Litigation pr et à la communication de crise.

Une agence d'excellence

The Skill est la première entreprise en Italie à être créée pour gérer ce que Daniel Soulez Larivière a appelé le “ cirque médiatico-judiciaire “ et qui dans le monde anglo-saxon est appelé Litigation public relations (Litigation pr). Les clients de Skill sont des personnalités du monde politique institutionnel, sportif et entrepreneurial et le studio de communication fondé par Andrea Camaiora travaille avec certains des cabinets d'avocats de renommée internationale opérant en Italie, ce qui représente une référence importante pour les avocats « affaires. À la tête du département de la communication juridique, Federica Fantozzi qui, après une formation juridique et la profession d'avocat, a joué pendant des années le premier rôle de signature dans l'actualité politique du journal L'Unità avant de se spécialiser dans ce secteur. The Skill organise chaque année LexFest, un festival dédié aux opérateurs du droit et de l'information, et Andrea Camaiora collabore également depuis 13 ans avec la magistrature associée. Les experts sociaux et communication de The Skill sont tous des juristes ou journalistes professionnels. Ce n'est pas un hasard si Andrea Camaiora, journaliste et ancien spin doctor pour des personnalités politiques, a appelé son agence de communication The Skill. Basé sur la compétence, sur l'excellence des membres de son équipe, ce studio se consacre depuis 2018 à la gestion des relations publiques et à la communication de crise.

Le sens de l'éthique et de la responsabilité

Deux secteurs dans lesquels The Skill s'est imposé en peu de temps “non comme société leader, souligne Andrea Camaiora, une expression qui ne veut souvent rien dire, mais comme point de référence pour le marché national” avant de continuer : “Nous sommes une agence de communication dédiés aux arguments sérieux, ennuyeux mais stratégiques qui nécessitent un niveau élevé de préparation, beaucoup d'études, de nombreuses compétences, si vous voulez appelez-les hard skills”. Si les services de The Skill s'étendent aussi à la web réputation, au brand storytelling, social networking et communication transparente, ils ne sont pas destinés à tous. En effet, toujours dans une optique d'efficacité, de qualité, l'agence a choisi de ne pas dépasser un nombre de client à l'année et d'instaurer une taxe d'entrée. “Nous considérons que nous travaillons de manière artisanale, que nous construisons des stratégies sur-mesure pour le client. De plus, choisissant les dossiers, nous épousons seulement les causes dans lesquelles nous croyons réellement. ” Telle une boutique spécialisée, ce que les clients viennent chercher, parfois de toute l'Europe, est l'analyse minutieuse de ces experts, leur expérience consolidée et synonyme de succès. “Nous savons exactement ce que nous faisons ayant une formation de la communication et une connaissance institutionnelle à 360 degrés. Certains d'entre nous ayant occupé des rôles importants au sein même de ces institutions politiques. Nous sommes capable de corriger les preuves négatives et améliorer la réputation d'un sujet en ligne, de gérer des événements médiatico-judiciaires violents, nous sommes aussi la seule société italienne qui a développé des protocoles de communication lié à la compliance des entreprises, à l'activité de prévention de la corruption et des phénomènes de mauvaise administration dans les secteurs publics et privés.”

Une longue histoire d'amitié avec la France

Du secteur agroalimentaire à celui sanitaire, du secteur environnemental à celui légal, The Skill compte de nombreux clients de poids et notamment venus de France. En effet, en plus de parler couramment la langue et de nourrir depuis de nombreuses années une grande affinité et sympathie avec l'Hexagone et ses habitants (depuis la prise de fonction de Jean-Marc de la Sablière à la direction du Palais de Farnèse, l'ambassade française à Rome, conseiller diplomatique à l'Elysée du président Jacques Chirac), Andrea Camaiora a développé avec la France “un rapport d'excellence et de satisfaction réciproque”. Depuis quatre ans maintenant, Camaiora suit la multinationale Roullier l'accompagnant particulièrement dans le secteur des fertilisants Timac Agro, guidé en Italie par Pierluigi Sassi. La marque de pâtisserie Maison Colibri figure aussi dans la liste. The Skill a notamment aidé la société dans son développement en Italie, surtout à travers les réseaux sociaux et l'activité de brand storytelling. Récemment, la Corse s'est tournée vers The Skill à travers l'office du tourisme de la Costa Verde pour un projet de marketing territorial qui s'est déroulé en juin dernier.

Fiche contact

NOM : The Skill

EMAIL : info@theskill.eu

TELEPHONE : +39 06.42744997

ADRESSE : ROMA ▪ Via Sicilia, 235 - 00187 MILANO ▪ Foro Bonaparte, 22 - 20121 PADOVA ▪ Via Riello,
5/a - 35122

SITE WEB : www.theskill.eu/ (<http://www.theskill.eu/>)

GALERIE PHOTOS



Vous avez aimé cet article ? **Likez Forbes sur Facebook.**

J'aime 120 K



Atlantico, c'est qui, c'est quoi ?

Newsletter: Entrez votre adresse email



DÉJÀ ABONNÉ, JE ME CONNECTE



JE M'ABONNE
1€ le premier mois

"atlantico"
ETES-VOUS PRÊT À CHANGER D'AVIS ?



Rechercher...



BEST OF

Best of du 9 au 15 janvier

DÉCRYPTAGES

PÉPITES

DOSSIERS

RENDEZ-VOUS

ATLANTICO-LIGHT

VIDÉOS

PODCASTS

ECONOMIE

19 mars 2020



PAGAILLE GÉNÉRALISÉE

Confinement : les entreprises confrontées à de multiples questions sans réponses claires

Que cela soit les TPE, PME ou ETI, toutes les sociétés connaissent une situation de crise sans précédent face au confinement et à la crise sanitaire du Covid-19. La situation est incertaine et les questions sans réponse sont nombreuses face aux annonces du gouvernement.

avec Natalie Maroun, Jérôme Pardigon et Andrea Camaiora

★ AJOUTER AU CLASSEUR

👁 LECTURE ZEN



Atlantico.fr : La France vient de commencer sa phase de confinement, la quasi totalité des employés va donc être confinée dans leur foyer, perturbant ainsi la vie des entreprises. Malgré des services juridiques ou de gestion de crise dans les grandes entreprises il est impossible de voir l'avenir.

Quelles sont les problématiques et questions principales qui se posent au début de cette crise ? Et surtout pour les petites entreprises qui n'ont pas l'habitude de réagir à une telle crise ?

Jérôme Pardigon : Aucune entreprise, qu'elle soit petite, moyenne ou grande, ne pouvait réellement être prête à affronter une telle crise. Les entreprises se sont d'abord adaptées aux mesures sanitaires, en s'efforçant de faire respecter tous les gestes barrières, pour protéger à la fois leurs salariés et leurs clients. Les chefs d'entreprise ont démontré une nouvelle fois leur sens des responsabilités en se conformant aux recommandations des pouvoirs publics. Mais, depuis le 14 mars et la décision de fermer un grand nombre d'établissements accueillant du public, nous sommes entrés dans une nouvelle dimension. Les commerces non

INDUSFACE WAS

FULLY MANAGED
WEB APPLICATION
RISK DETECTION

Starting @
\$59

Get the most comprehensive
web application security
audit done today.

START FOR FREE

14 Days Free / No Credit Card Required



Natalie Maroun

Natalie Maroun est directrice-conseil et analyste chez Heiderich Consultants, spécialisée dans la gestion et la communication de crise. Elle travaille également pour l'Observatoire international des crises (OIC).

[Voir la bio »](#)

SUIVRE



Jérôme Pardigon

Jérôme Pardigon est directeur des Affaires publiques chez CCI France.

[Voir la bio »](#)

SUIVRE



Andrea Camaiora

Andrea Camaiora est administrateur délégué du cabinet de communication The Skill (Rome-Milan-Padoue), spécialisé en situations de crise

[Voir la bio »](#)

SUIVRE

Les + lus
24 HEURES 7 JOURS

alimentaires ou considérés comme non essentiels ont dû baisser le rideau, suivis cette semaine par de nombreuses autres entreprises pour lesquelles le confinement a été synonyme d'arrêt de l'activité. Tout le monde peut aisément constater ce ralentissement de l'activité, mal nécessaire dans la lutte contre le coronavirus. Les chefs d'entreprise, relayés par leurs représentants comme les chambres de commerce et d'industrie, ont poussé un cri d'alarme pour obtenir du soutien de la part du Gouvernement. Au vu des annonces du Président de la République et du ministre de l'Economie, Bruno Le Maire, nous pouvons dire que nous avons été entendus. Il s'agissait non seulement de couvrir le chômage partiel des salariés désormais sans plan de charge, mais aussi d'assurer à tous les entrepreneurs, et notamment les micro-entrepreneurs, les indépendants et patrons de TPE, qu'ils pourraient bénéficier de la solidarité nationale avec la mise en place d'aides directes budgétaires, au-delà des souplesses de trésorerie. Le Président de CCI France, Pierre Goguet, a ainsi parlé d'un plan massif de soutien aux entreprises, se félicitant notamment de la mise en place d'un fonds d'indemnisation dont vont bénéficier les petits entrepreneurs. Ceux-ci en avaient besoin, tout simplement pour vivre !

Dans cette situation inédite, et face au décalage de quelques jours entre les annonces gouvernementales et la mise à disposition concrètes des dispositifs de soutien, les chefs d'entreprise ont sollicité en masse les services de l'Etat et les chambres de commerce et d'industrie pour obtenir des clarifications : peuvent-elles ou non continuer leur activité quand elles ne peuvent pas mettre leurs salariés en télétravail, de quelles mesures de trésorerie ou d'aides directes peuvent-elles bénéficier, quels sont les bons formulaires à utiliser, peuvent-elles déroger à certains délais légaux ?... Les cellules d'accompagnement déployées par toutes les CCI dans les territoires veillent à les renseigner au mieux sur tous ces points. Mais il reste parfois des angles morts dans les dispositifs de soutien ; nous les relayons en temps réel au cabinet de Bruno Le Maire et d'Agnès Pannier-Runacher, ainsi qu'à la Direction générale des entreprises. Dans de nombreux cas, nous parvenons à trouver des solutions adaptées, en un temps record, avec beaucoup de flexibilité de la part de l'Etat. Sans accompagnement des CCI, des services de l'Etat et souvent des Conseils régionaux, nos TPE-PME seraient complètement perdues.

Andrea Camaiora : Le début de la crise est certainement le moment le plus difficile car c'est le moment le plus incertain. Les questions sont: combien de temps cela durera-t-il? Le ferons-nous? Quels risques? Que puis-je faire pour sécuriser mon fils, ma mère, les gens que j'aime? Comment puis-je diriger mon entreprise? Ce sont des questions fortes et il n'est souvent pas facile d'y répondre. La première période pour l'Italie a été difficile car nous n'avions pas de modèle. Notre « précédent » était la dictature chinoise, pas une démocratie occidentale. Nous avons donc aussi commis quelques erreurs auxquelles vous avez malheureusement répliquées: trains et métros bondés de monde par exemple. Sans parler des élections municipales, une erreur sensationnelle. La réponse la plus importante, cependant, est de ramener tout le monde au sens des responsabilités. En gardant la distance de sécurité, en se lavant souvent les mains et en gardant les surfaces des environnements publics et privés propres. Agir de manière responsable signifie clairement qu'il est triste de ne pas rendre visite à nos grands-parents et aux personnes âgées, mais c'est la meilleure façon de les protéger aujourd'hui. Et puis les institutions doivent pouvoir envoyer des messages d'espoir et des indications claires et non contradictoires. La communication est l'un des facteurs déterminants de la gestion d'une crise d'une telle ampleur.

Natalie Maroun : Nous avons fait face il y a quelques années au H1N1, et c'est dommage qu'on n'ai pas appris les leçons. En effet, tout était en place pour permettre les plans de continuité d'activité, les gestes barrières, etc... Finalement, la crise H1N1 n'a pas eu lieu et nous avons arrêté de croire au risque de pandémie. La réponse au risque sanitaire a souvent été qu'il ne passera pas nos frontières, comme lors de l'épidémie d'EVD-Ebola en Afrique de l'Ouest. cela peut expliquer un peu le cafouillage du début, dû à l'absence de préparation au risque pandémique, souvent délaissé au profit du risque incendie, catastrophe naturelle ou encore lié à la cyber-insécurité.

Toutefois faut saluer le fait que la plupart des entreprises ont très rapidement et mis en priorité la santé et la sécurité des collaborateurs avant l'activité économique. Cela démontre la maturité des patrons français et leur sens des responsabilités.

Pour toutes les entreprises, les problématiques sont désormais semblables: le télétravail pour ceux pour qui c'est possible, et pour les autres, l'attente. Pour certaines petites entreprises, cela signifie tout simplement l'arrêt de l'activité avec toutes les conséquences financières que cela peut avoir. L'implication dans la gestion de cette crise est plus sérieuse pour les opérateurs d'importance vitale (l'alimentation, les banques, les télécom ainsi que certains services stratégiques: police/ services pénitentiaires, état civil) qui se doivent de maintenir leurs activités même au pic de la crise avec toutes les contraintes liées à cela : l'absentéisme massif, la perturbation sociale, la crainte de sortir de chez soi ou d'être en contact avec les clients.

01. Mauvaises nouvelles de l'Insee sur la démographie : la part du Covid, la part du reste

02. Face à la paralysie de l'État, les Français découvrent l'exceptionnelle résilience des entreprises du privé (et pas seulement les grandes)

03. D'une gauche morale, l'autre : des ravages de la libération sexuelle sur les enfants à ceux des excès des études de genre

04. Affaire Duhamel : mais pourquoi Finkelkraut s'est-il interrogé sur l'éventuel consentement du petit Victor ?

05. Charte de l'Islam de France : un premier pas encourageant. Mais dont les

islamistes risquent de se jouer sans difficulté et voilà pourquoi

06. Carrefour : prise de conscience salutaire ou sursaut d'orgueil inutile ?

07. Recrutement des grandes écoles : mais comment expliquer une telle inégalité d'accès après 50 ans d'égalitarisme forcené à l'école ?

Explorer Atlantico

par Univers

■ Décryptages

■ Pépites

■ Dossiers

■ Rendez-vous

■ Atlantico-Light

■ Vidéos

■ Podcasts

Enfin, il ne faut pas sous-estimer pour les salariés et les indépendants l'impact lourd du confinement sur la santé mentale. Le sujet devrait être posé dès à présent et avant d'attendre la vague de surmenage dû à la difficulté de concilier tâches professionnelles, tâches domestiques, école à domicile dans un contexte de crainte pour sa propre santé et celle des siens.

En combien de temps et comment l'Italie - qui connaît le même sort - a réussi à retrouver un niveau de crise « normal » ? Et en combien de temps cela va-t-il arriver en France ?

Jérôme Pardigon : Il est bien trop tôt pour parler de retour à la normale en Italie. Certes sur le plan sanitaire, le confinement généralisé a permis dans ce pays d'entrevoir une limitation toute relative de la progression du coronavirus, mais on ne dispose pas encore d'analyse pour juger de l'efficacité de leur plan d'aide de 25 milliards d'euros pour soutenir entreprises et ménages. Pour la France, je me garderai bien également de faire des projections, tant au niveau sanitaire qu'économique. Plus nous respecterons les consignes des pouvoirs publics, citoyens et entreprises, plus vite nous sortirons de cette crise. Mais respecter les consignes, ce n'est pas non plus les sur-interpréter en arrêtant toute activité économique. Certains déplacements domicile-travail demeurent autorisés, ne l'oublions pas. C'est le cas des entreprises considérées comme essentielles

(commerces d'alimentation, d'équipements informatiques, de matériel de télécommunication, stations-services, réparateurs automobiles, etc...toute une liste fixée par arrêté) mais aussi de l'industrie indispensable à la vie de notre nation (agro-alimentaire, énergie, eau...). Quant aux autres entreprises, si la nature de leur activité ne leur offre aucune possibilité de mettre en place le télétravail et qu'elles ne figurent pas dans la liste des entreprises accueillant du public soumises à l'interdiction d'ouvrir, elles ont toute latitude pour continuer à fonctionner.

Aussi longtemps que durera cette crise, nous avons une responsabilité collective pour ne laisser aucune entreprise dans la détresse. Pour reprendre les mots de Pierre Goguet, les CCI « ne laisseront aucune entreprise au bord de la route ».

Andrea Camaiora : Vous découvrirez bientôt que la gestion de crise provoquée par l'urgence Covid-19 est super rapide. Au lieu de cela, ce qui se produit normalement en un mois se produit en une journée. Ce n'est pas facile à comprendre mais la gestion « normal » de la crise se traduit en réalité dans l'approche la plus difficile et la plus totale pour éviter la contagion de masse, avec les conséquences désastreuses en termes de vies humaines que les scientifiques nous ont expliquées et que nous voyons, heureusement, seulement en partie.

Bien que personne ne le dise encore, la quarantaine en Italie ne durera pas seulement les deux semaines initialement prévues. Ce sera donc aussi pour vous. Nous devons nous préparer à une attente beaucoup plus longue. Je prévois au moins jusqu'après Pâques. Cela aura des effets dévastateurs sur le système économique, mais la santé est plus importante. Mais nous devons penser que ce que vous appelez la phase normal de gestion de Covid-19 est la plus grande crise sociale que l'Europe ait connue depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale. Bien sûr, tout ne s'est pas arrêté en Italie (et dans la France il sera le même). Toutes les entreprises n'ont pas fermé leurs portes et certains secteurs continuent, bien que beaucoup plus lentement. Il faut aussi voir le côté positif: on s'habitue tous au "smart working" et c'est aussi l'occasion de passer plus de temps avec la famille, les enfants ... Il y a cependant une grande urgence: au niveau économique cela concerne les travailleurs précaires et indépendants et au niveau les personnes seules, en particulier les personnes âgées. Il faut les laisser seuls pour éviter la contagion mais ils ne peuvent pas être abandonnés. C'est un défi pour l'État et les organisations bénévoles, mais aussi pour chacun de nous.

Natalie Maroun : En France, le choix qui a été fait et celui d'une réponse graduée à la fois en intensité (stade 3 activé depuis quelques jours seulement), un pays au ralenti annoncé pour deux semaines. L'avenir nous démontrera si ce choix était sinon le meilleur, du moins le moins pire. Cependant, en communication de crise, il convient d'appeler un chat un chat, et un confinement un confinement. Autant l'Italie a été sur une communications très claire, sur ce qui attendait les Italiens (et même ce qu'on attendait d'eux), autant en France, les consignes sont plus nuancées, avec beaucoup de cas particuliers annoncés et surtout une approche "punitive" avec le système d'amende. Par conséquent, il est encore un peu tôt de parler de l'après crise alors qu'on n'en connaît pas encore véritablement la durée. Il ne faut pas oublier qu'une épidémie (comme la grippe à qui on a comparé souvent à tort de SRAS-CoVid19) survient souvent par vagues, ce qui laisse encore plus de flou sur la durée. L'après-crise sera sans doute amorcée par une phase de transition qui va être aussi difficile que la phase que nous traversons actuellement. Les impacts sur le système hospitalier et sur la santé aujourd'hui sont très directs. Beaucoup de mesures économiques ont été annoncées, des mesures très fortes, mais qui ne répondent pas véritablement à la situation économique. Elles permettent de repousser ses enjeux par des mesures conservatoires dont pourraient bénéficier les entreprises et les indépendants. et l'après-crise sanitaire sera sans doute la gestion de crise économique. c'est un peu comme si la question économique est mise de côté. Il y a eu quand même des

comme si la question économique est mise de côté. Il y a eu quand même des mesures très fortes qui ont été annoncées, il ne faut pas omettre cela. Mais ça reste un peu comme si l'on repoussait la crise économique sur l'après.

Que peut-il se passer au lendemain du confinement pour toutes les sociétés ? Comment préparent-elles actuellement la fin de la quarantaine et quelles sont les choses à faire ?

Jérôme Pardigon : Nous espérons tous un rebond rapide à l'issue du confinement. Les mesures « bouclier » mises en place devraient pouvoir protéger un grand nombre d'entreprises et leur éviter de déposer le bilan. Le chômage partiel leur permet aussi de conserver leurs salariés et donc les compétences dont ils auront besoin quand le moteur redémarrera.

Mais d'ores et déjà, on voit des TPE-PME qui tentent de s'adapter au nouveau cadre légal et en profitent pour développer leurs ventes via les livraisons ou trouvent des solutions pour écouler leurs stocks. Je fais le pari que la résilience de l'économie française nous surprendra !

Andrea Camaiora : Dans les entreprises, il y a deux problèmes: les coûts de gestion de la crise et ceux dus au manque de revenus. Le problème central difficile à résoudre est la relation entre la santé des travailleurs et la poursuite des activités de production. Malheureusement, même si les entreprises italiennes ont fait beaucoup et investi économiquement et organisationnellement pour travailler en toute sécurité au fil du temps de Covid-19, il y a un problème émotionnel qui affecte tout le monde et qui fait bouger les syndicats, souvent de manière irresponsable. Cela conduit souvent les entreprises à fermer de toute façon. Mais l'entreprise qui est aujourd'hui contrainte de fermer également par la volonté de ses salariés continuera-t-elle à payer le salaire de ces mêmes salariés dans un mois ou deux? En bref, il faut aussi savoir anticiper. La chose la plus stupide en temps de crise est de ne penser qu'à la crise. Nous devons continuer à travailler et à transformer ce moment très difficile en une occasion de repenser notre système économique et aussi le fonctionnement de l'Union européenne.

Natalie Maroun : Il faut prendre conscience qu'il n'y aura pas de sortie de crise en une seule phase. On est passé d'un stade 1, à un stade 2, à un stade 3 et il est imprudent de penser que nous allons passer du stade 3 au stade 0. Le niveau sanitaire va décroître et la dimension économique de la crise va commencer à prendre plus de place, sachant que les stades sanitaires ne correspondent pas forcément aux stades économiques. malheureusement, il est difficile de commencer à préparer la sortie de la quarantaine, l'esprit humain peut difficilement se projeter dans un après dont les contours sont très peu définis. il faut peut être se préparer à ce que rien ne soit plus comme avant, et apprendre à construire avec nos fragilités et non en dépit de nos fragilités. En somme, faire un pas collectif vers la résilience communautaire.

Cet article vous est offert par Atlantico dans le but de vous faire découvrir ses formules d'abonnement. Convaincu(e) ? **[Abonnez-vous.](#)**

Le sujet vous intéresse ?

Mots-Clés

France, Italie, Emploi, crise, europe, entreprises, marché du travail, organisation, coronavirus, Covid-19

Thématiques

FRANCE EUROPE SOCIÉTÉ ECONOMIE

Commentaires



En raison de débordements, nous avons fait le choix de suspendre les commentaires des articles d'Atlantico.fr.

Mais n'hésitez pas à partager cet article avec vos proches par mail, messagerie, SMS ou sur les réseaux sociaux afin de continuer le débat !

JBL 19/03/2020 à 09:08

Oh comme ils disent !!!!!

Les belges ont toujours dit que les français avaient une grande gueule et de petites mains. Il y a aujourd'hui des salariés du privé qui vont être les sacrifiés de cette crise. Ce sont les salariés de la Grande Distribution. Ces entreprises se comportent comme des assassins. La plus part, n'ont mis en place aucune mesure de protection du personnel. Seul Lidl a rapidement réagi Les autres se foutent littéralement des gens. Pas de masque, pas de gant, pas de visière de sécurité. Les enseignes gagnent un pognon fou, supérieur à la Noël. Il y a même une enseigne qui interdit à ses cadres de descendre dans le magasin. Il y a des personnes qui n'ont pas signé pour être exposés de la sorte. Les syndicats ferment leur gueule. Ils sont complices. Ce gouvernement est un troupeau de connards qui continue à se servir des salariés du privé, pendant que les fonctionnaires sont au chaud.

Forbane 19/03/2020 à 21:46

Il valore di crescere insieme.

Scopri di più



Ecco la rivoluzione della comunicazione trasparente. L'analisi di Camaiora

f! formiche

Di [Andrea Camaiora](#) | 12/04/2020 - [Pop-tech](#)



Pubblichiamo uno stralcio del volume edito da The Skill Press dal titolo "Manuale su Trasparenza e Anticorruzione. La rivoluzione della Comunicazione trasparente", di Andrea Camaiora, scritto con i contributi di Antonio Bana, Edoardo Belli Contarini, Elisabetta Busuito, Carlotta Campeis, Cosimo Pacciolla e la prefazione di Franco Frattini

Da comunicatori affronteremo un argomento che consideriamo centrale, ma che manager e avvocati potrebbero considerare lezioso, quando non addirittura ridicolo: in materia di trasparenza semplificare il linguaggio con il quale si comunica per essere compresi dai nostri interlocutori è un pilastro, il primo ed essenziale e anche il più trascurato perché banalmente sottovalutato. Eppure è intuitivo: pensiamo di trovarci di fronte un'azienda straniera che nel nostro Paese comunichi nella propria lingua ad altissimi livelli di trasparenza, fornendo con dovizia di particolari ogni elemento riguardante gare, procedure, requisiti ma lo faccia in tedesco, arabo, russo o cinese. Su quale piano dovremmo valutare la trasparenza, quello della espressione dei concetti e delle informazioni oppure quello della comprensione e apprendimento degli stessi?

Il primo livello di trasparenza, dunque, consiste nella comprensibilità piena degli atti, che secondo i principi della Comunicazione trasparente si sostanzia attraverso una revisione dei testi capace di superare tecnicismi superflui, autoreferenziali e concettualmente fuorvianti, per giungere alla stesura di regolamenti, bandi, offerte che siano realmente accessibili a tutti.

Da qui, la necessità di una comunicazione chiara senza che essa risulti distorta o amputata nel proprio significato dall'esercizio di semplificazione. A ciò servono comunicatori qualificati e specializzati, operatori della comunicazione e dell'informazione esperti in Comunicazione trasparente.

Quella della semplificazione dei linguaggi giuridico-amministrativi per il settore pubblico e privato non è intuizione di chi, ma un preciso obiettivo, fissato dal dipartimento della funzione pubblica ben 17 anni fa con la "Direttiva Frattini" destinata a tutte le pubbliche amministrazioni e intitolata precisamente "Direttiva sulla semplificazione del linguaggio dei testi amministrativi".

Essere trasparenti significa anzitutto essere comprensibili e dunque parlare o scrivere in un linguaggio semplice, non eccessivamente articolato, diretto, utilizzando vocaboli di origine italiana, parole intere e non abbreviazioni, spiegazioni brevi e chiare quando si ricorre a formule tecnico specialistiche. Accessibilità e immediatezza nella comunicazione passano anche attraverso un'attività di editing capace di aiutare il lettore a individuare i concetti principali e a separare o unire i passaggi fondamentali di un testo.

A tal fine, è utile badare anche al modo di presentare i documenti: rifuggire da testi scritti in carattere 11 di qualsivoglia font, senza mai una riga a capo, senza un sottolineato, un neretto, un corsivo. Per contro, come sempre, il troppo stroppia: che senso ha, dunque, un testo presentato il 75% in grassetto?

E ancora: utilizzare i verbi in forma attiva e affermativa rende la lettura più rapida, rendere esplicito il soggetto e ripeterlo quando è necessario aiuta a non perdere il filo del ragionamento, usare in modo coerente maiuscole, minuscole e punteggiatura, evitare neologismi, parole straniere e latinismi.

Più in generale, superare burocratese, tecnicese e legalese significa rimuovere le opacità collegate a proposizioni di questo tipo “Tali posizioni sono da identificare non tanto in diritti irrefragabili, il cui esercizio prescinde dall'adozione di atti permissivi dell'amministrazione, ma in situazioni giuridiche suscettibili di trasformazione a seguito di atti di tipo suindicato” e modificarle, ad esempio, così: “I cittadini che vogliono iniziare un'attività devono chiedere un'autorizzazione alle amministrazioni competenti”. In questo senso, la Comunicazione trasparente rappresenta un potente strumento di Compliance come implementazione dei Modelli 231, nel settore privato, e dei PTPC, in quello pubblico.

Le parole del grande linguista Tullio De Mauro, pensate per la PA, valgano anche per i privati: “Le parole sono fatte, prima che per essere dette, per essere capite: proprio per questo, diceva un filosofo, gli dei ci hanno dato una lingua e due orecchie. Chi non si fa capire viola la libertà di parola dei suoi ascoltatori. È un maleducato, se parla in privato e da privato. È qualcosa di peggio se è un giornalista, un insegnante, un dipendente pubblico, un eletto dal popolo. Chi è al servizio di un pubblico ha il dovere costituzionale di farsi capire”.

Condividi tramite



Tweet di [@formichenews](#)



Formiche

@formichenews

#ClimateTalk🇪🇺🇺🇸, Mauro Petriccione (@EUClimateAction): "The EU has set ambitious climate goals - significant curb by 2030, net-zero emissions by 2050. But the effort only works if it's global. The EU must provide a working model that's attractive to the rest of the world"



3m



Formiche

@formichenews

#ClimateTalk🇪🇺🇺🇸, Mauro Petriccione (@EUClimateAction): "The green transformation cannot be achieved by imposing costs to the citizens, but

Incorpora

Visualizza su Twitter

$$\begin{aligned} &= (a+b)(a+c)^2 \\ &= a(b+c)^2 + a(b-c)^2 \end{aligned}$$



Education to Export è il programma formativo **gratuito** per crescere all'estero.

SCOPRI DI PIÙ

sace
gruppo cdp



Come armonizzare comunicazione e compliance. I consigli di Frattini

f! formiche

Di [Franco Frattini](#) | 07/04/2020 - [Pop-tech](#)



Pubblichiamo la prefazione al volume edito da The Skill Press dal titolo "Manuale su Trasparenza e Anticorruzione. La rivoluzione della Comunicazione trasparente", di Andrea Camaiora, scritto con i contributi di Antonio Bana, Edoardo Belli Contarini, Elisabetta Busuito, Carlotta Campeis, Cosimo Pacciolla

Sviluppare forme di comunicazione coerenti con la compliance richiamata in modo sempre più stringente dal legislatore sia nel settore privato che in quello pubblico è l'obiettivo principale che si prefigge questo volume. L'esperienza ci dice che organizzazioni più pulite, oneste e trasparenti rimuovono anzitutto al loro interno gli spazi di opacità perché è in un ambiente segnato da scarsa trasparenza e intricate procedure che trovano terreno fertile sia odiati fenomeni corruttivi sia casi di gravissime inefficienze e inadempienze nei confronti dell'incolpevole cittadino.

Portare ordine e chiarezza, in una parola trasparenza, all'interno della macchina statale vuol dire quindi risolvere due ordini diversi di problematiche, una legata al rispetto della legalità, l'altra alle risposte che la società ha il diritto di ricevere dalle amministrazioni pubbliche. Ho colto con estremo piacere dunque l'invito a firmare la prefazione a questa pubblicazione, perché ne condivido scopo e presupposti: l'intenzione del manuale scritto da un comunicatore e da cinque avvocati, Andrea Camaiora, Antonio Bana, Elisabetta Busuito, Edoardo Belli Contarini, Carlotta Campeis e Cosimo Pacciolla, è proprio fornire agli operatori del settore riferimenti, modelli, buone pratiche che sostanziano quella che Camaiora chiama "Comunicazione trasparente" e che riflette in gran parte le intuizioni raccolte nella direttiva 74/2002.

Tra i meriti di questo libro c'è infatti sicuramente aver riscoperto questa direttiva, emanata dal ministero della Funzione Pubblica durante gli anni della mia guida del dicastero, specificamente rivolta all'attività di comunicazione delle pubbliche amministrazioni. Il testo voleva essere un'importante quanto fondamentale tappa di un progressivo disboscamento delle ampie fronde della burocrazia statale, un'opera di riordino che non può prescindere da un uso del linguaggio esperto, misurato, sapiente, efficiente ed efficace, ma anzitutto comprensibile.

Ormai 18 anni fa, per tentare di penetrare più a fondo la cortina che circondava le pubbliche amministrazioni, inventammo anche il progetto Chiaro!, finalizzato ad offrire agli uffici tutti gli strumenti utili per implementare flussi comunicativi e utilizzo delle parole negli atti e nei documenti, interni ed esterni. Era il tentativo di rifondare il linguaggio amministrativo, in linea con gli altri grandi Paesi occidentali.

Da questa visione nacque quella direttiva, dunque, che per la prima volta elencò vere e proprie regole di comunicazione e di struttura giuridica: regole di scrittura del testo pratiche e concrete, non più semplici indicazioni e raccomandazioni. Il ministero della Funzione Pubblica volle in questo modo dare attuazione a quanto già espresso in una legge, la n. 150 del

2000, predisponendo così un'opera di semplificazione e chiarificazione dei protocolli comunicativi in uso presso le pubbliche amministrazioni e che si inserisce nel solco di altre innovazioni legislative nel campo della PA di cui vado orgoglioso.

Obiettivo dichiarato di queste iniziative è sviluppare le relazioni tra i cittadini e istituzioni, potenziando e armonizzando i flussi comunicativi interni ed esterni alle PA: è del resto un diritto riconosciuto quello ad una efficace azione comunicativa dell'amministrazione. A partire dalla l. 150/2000 e poi dalla direttiva n. 74 del 2002 si inizia a parlare finalmente di comunicazione pubblica non come qualcosa di superfluo, di un vizzo, ma come di un tassello fondamentale al pari dei dipartimenti di relazioni esterne nelle imprese private.

Grazie alle linee guida offerte dalla normativa e dalla direttiva in questione, le pubbliche amministrazioni possono quindi puntare a implementare la propria visibilità e la propria immagine. Il testo della 74/2002 si inseriva nel solco di una serie di riforme: dal federalismo fiscale alla semplificazione della PA.

Con il combinato disposto della direttiva e delle altre leggi che influenzano il settore si sarebbe sviluppata una coerente politica di comunicazione integrata su tutti i livelli, sia nei confronti dei cittadini che nei confronti delle imprese. Come già scrivevo nella premessa della direttiva, questa "si propone di contribuire al perseguimento, da parte delle pubbliche amministrazioni, di alcune finalità" tra le quali spiccano la "gestione professionale e sistematica dei rapporti con tutti gli organi di informazione", la "realizzazione di un sistema di flussi di comunicazione interna incentrato sull'intenso utilizzo di tecnologie informatiche e banche dati" e "l'ottimizzazione, attraverso la pianificazione e il monitoraggio delle attività di informazione e comunicazione, dell'impiego delle risorse finanziarie". Nel testo si stabilisce anche che "la formazione, oltre ad avere il compito di professionalizzare le risorse umane, dovrà essere la leva primaria per rendere omogeneo il livello di preparazione e la capacità del personale impegnato nella comunicazione pubblica".

Scopi della direttiva furono quindi quelli di garantire trasparenza nell'informazione della PA, pubblicizzando atti, documentazioni e processi utili, col vantaggio di ottimizzare l'efficienza e l'efficacia del servizio reso alla cittadinanza.

La semplificazione dei linguaggi amministrativi, la "Comunicazione trasparente", pilastri di compliance che vanno incontro a una rivoluzione nel modo di intendere e attuare i rapporti tra cittadini e pubblica amministrazione. Una rivoluzione però ancora difficile da raggiungere pienamente. L'intero sistema è affetto da un morbo cronico che distorce il linguaggio stesso, producendo un idioma parallelo al nostro, fatto di inutili giri di parole, vocaboli complessi, formalismi superflui. Se le neologismi – avvocatese, burocratese, tecnichese – continuano a sopravvivere è perché negli uffici di tutta Italia si continuano a copiare schemi e modelli sempre uguali, anche negli errori o nelle ipertrofie linguistiche, con l'erronea convinzione che la complessità del testo sia essa stessa condizione necessaria e sufficiente per conferirgli validità. Nulla di più sbagliato.

Una amministrazione pubblica a misura di cittadino sarà possibile solo quando i modelli e le strategie comunicative delle istituzioni verranno adeguati alle esigenze di un mondo ormai velocissimo, di un mercato estremamente dinamico, di una società in continua fibrillazione. Perciò è e sarà sempre più importante fornire una formazione di qualità a tutti gli operatori, programmando inoltre ruoli specializzati e collaborazioni con professionisti qualificati.

Condividi tramite



Tweet di @formichenews



Formiche
@formichenews



#ClimateTalk 🇪🇺 🇺🇸, Stefano Laporta (@ISPRA_Press):
"Italy has pledged to meet the European climate targets, which means we have a great responsibility. We need an industrial response, but we also need the

Leggi news

mediakey.tv (/) » News (/news) » Leggi news (/leggi-news)

- ▶ Newsletter (/newsletter)
- ▶ Archivio News (/news/archivio-news)

Siciliani Carni fuori emergenza Covid grazie a The Skill



The Skill, studio di comunicazione fondato da Andrea Camaiora e specializzato in reputation management, crisis communication, litigation pr e brand storytelling, è stato scelto da "Siciliani", player nella macellazione e commercializzazione di carni, attivo sul mercato italiano, europeo e internazionale per superare le difficoltà causate dalla emergenza Covid-19.

L'azienda pugliese ha potuto contare su un team dedicato che è stato coordinato fin da subito da Andrea Camaiora e che ha visto in campo anche Fabrizio de Feo, Head of Media relations, e Giovanni Cioffi, Head of Brand storytelling & Social networking, con il supporto di Dario Tasca.

The Skill ha illuminato i rigorosi e onerosi protocolli "alla tedesca" che l'importante azienda barese ha immediatamente attivato, con controlli a tappeto a tutti i dipendenti mediante tamponi e test sierologici. Controlli che - a seguito della supervisione delle autorità sanitarie - hanno consentito una riapertura in sicurezza dopo un'autosospensione dei reparti produttivi della "Siciliani", interessati da alcuni contagi.

03/06/2020 | Comunicazione

[Indietro \(/news\)](/news)



Sitemap

[Home \(/\)](#)

[Awards \(/awards\)](#)

[Shop \(http://shop.mediakey.tv\)](http://shop.mediakey.tv)

[Testate \(/testate\)](/testate)

[Video \(/tv\)](/tv)

[Il Gruppo \(/gruppo-mediakey\)](/gruppo-mediakey)

[News \(/news\)](/news)

[Operatori \(/operatori\)](/operatori)

[Contatti \(/contatto\)](/contatto)

TIGOTÀ SI AFFIDA A THE SKILL PER LA COMUNICAZIONE

Nuovo incarico per la società specializzata in brand storytelling e reputation



Il gruppo **Gottardo** Spa ha scelto **The Skill**, società specializzata in brand storytelling, comunicazione di crisi e reputation, per supportare **Tigotà**, catena commerciale operativa in Italia nella vendita di prodotti per pulizia della casa, cura della persona e cosmetica. Nel 2019 Tigotà ha aperto cinquanta nuovi store mantenendo il trend di un'apertura a settimana. I punti vendita sono così già saliti a quota 607, diffusi su gran parte del territorio italiano. Non sono da meno i numeri sulla crescita economica: il fatturato 2019 ha visto il superamento del miliardo di euro dopo che già nel 2018 si era registrata una forte crescita (+9,5%) rispetto all'anno precedente. In totale ben 4702 persone sono occupate in Tigotà, appartenenti a ben 52 diverse nazionalità e con un'età media di 30 anni. Lo studio di comunicazione fondato da Andrea Camaiora per questo progetto ha individuato un team guidato da Lorenzo Munegato, coadiuvato da Giovanni Cioffi e Chiara Odierna, che collabora con il responsabile Comunicazione e Marketing del Gruppo Gottardo, **Pericle Ciatto**, e l'addetta all'ufficio stampa, Giulia Carraro. "Siamo convinti di poter contribuire al rafforzamento del brand Tigotà – commenta **Andrea Camaiora** – e siamo orgogliosi di essere stati scelti da un campione italiano nel settore della grande distribuzione organizzata (GDO) per fornire assistenza in alcuni dei nostri ambiti di eccellenza: reputation in primis e brand storytelling".



FOR GOOD

Gruppo Gottardo sceglie The Skill per la comunicazione di crisi e reputation di Tigotà

9 Marzo 2020



Nel 2019 Tigotà ha aperto cinquanta nuovi store mantenendo il trend di un'apertura a settimana. I punti vendita sono così già saliti a quota 607, diffusi su gran parte del territorio italiano. Il fatturato 2019 ha visto il superamento del miliardo di euro dopo che già nel 2018 si era registrata una forte crescita (+9,5%) rispetto all'anno precedente. In totale 4702 persone sono occupate in Tigotà, appartenenti a 52 diverse nazionalità e con un'età media di 30 anni.

Lo studio di comunicazione fondato da Andrea Camaiora per questo progetto ha individuato un team guidato da Lorenzo Munegato, coadiuvato da Giovanni Cioffi e Chiara Odierna, che collabora col responsabile Comunicazione e Marketing del Gruppo Gottardo, Pericle Ciatto, e l'addetta all'ufficio stampa, Giulia Carraro.



[About us](#) [Contact us](#) [Advertising](#) [Informativa privacy](#) [Cookie Policy](#) [Credit](#)





Home > Prima pagina >

The Skill di Andrea Camaiora, un team di professionisti per gestire Litigation pr, comunicazione di crisi e reputation management

Contenuto sponsorizzato

25/03/2020 | 11:15

PUBBLICITÀ



Investi in Amazon con soli 250€. Non perdere questa opportunità!

TradeFW - Sponsored

Inscrivete ahora

Tre sedi (Roma, Milano e Padova) e diciassette persone impegnate in ambiti della comunicazione ad alta specializzazione, un bilancio 2019 cresciuto del 100% rispetto a quello del 2018 e i contratti firmati preannunciano nonostante l'emergenza Coronavirus un 2020 scoppiettante, con un incremento assicurato già del 30%. Sono solo alcuni dei numeri di The Skill, società di comunicazione fondata da Andrea Camaiora, giornalista con un passato da spin doctor per personalità politiche di primo piano che si è poi dedicato alla gestione delle vicende mediatiche giudiziarie (Litigation pr) su cui The Skill è specializzata, imponendosi in pochi mesi «non come 'azienda leader' – sottolinea Camaiora – espressione inflazionata che spesso non vuol dir nulla, ma come punto di riferimento per il mercato nazionale».



Andrea Camaiora

I servizi offerti da The Skill mettono al centro le Litigation pr e la gestione e comunicazione di crisi ma si estendono a reputation management e web reputation, brand storytelling, social networking e Comunicazione trasparente, materia che Camaiora insegna al master Anticorruzione di Roma Tor Vergata e che offre risposte concrete di implementazione e innovazione della compliance, sia per quanto riguarda i modelli 231, sia per quanto riguarda la legislazione in tema di anticorruzione e trasparenza o normative di recente introduzione (v. ad es. whistleblowing).

f t y in @ | 🔍 ABBONAMENTI

SPECIALE



Settembre: tornano in campo le Nazionali. Tutte le partite in esclusiva su Rai. Pronti per tifare Italia?

NEWSLETTER

Primaonline ha due servizi di newsletter:
- **Prima Report**: quotidiana - Lunedì-Venerdì alle ore 19 - con le notizie importanti della giornata;
- **Primaonline**: multisettimanale con gli esclusivi Muy Confidencial, i dati e i documenti più importanti.

Iscriviti subito!

ISCRIVITI

ANALISI ASCOLTI TV



30 luglio Temptation Island chiude al 28%. Non tira Salvini a processo

VEDI TUTTI

IN EDICOLA



Il nuovo numero di 'Prima Comunicazione' è in edicola e disponibile in digitale

Abbonati

«Siamo insomma uno studio di comunicazione dedicato ad argomenti seri, noiosi, ma strategici, che richiedono un alto grado di preparazione, molto studio, parecchia competenza, se volete chiamatele hard skills», chiosa ancora Andrea Camaiora.



Roberta Polese, Fabrizio de Feo, Giorgio Lainati

Il team è ben suddiviso tra uomini e donne, giovani e persone di esperienza. L'ufficio di Roma, a pochi passi da via Veneto, è il più articolato. A capo delle Media relations una firma autorevole del quotidiano Il Giornale, Fabrizio De Feo, e senior advisor l'ex uomo Fininvest e più volte consigliere per la comunicazione di palazzo Chigi nonché vice presidente della commissione di Vigilanza Rai, Giorgio Lainati. Federica Fantozzi, per anni cronista parlamentare di punta del quotidiano «l'Unità», presidia la comunicazione legale. Con loro, a capo dell'area Brand storytelling e Social networking, il più giovane Giovanni Cioffi (28 anni, è da 2 anni il regista della strategia social del marchio di pasticceria Maison Colibri), coadiuvato da Chiara Odierna (ex San Raffaele Spa), mentre Dario Tasca (25 anni), fresco di laurea in giurisprudenza, segue le tre nuove business unit: «The Skill Press», casa editrice specializzata in volumi ebook; «Skill to learn» che si occupa di formazione e «The Skill tales», nata da un'idea di Federica Fantozzi per attività di storytelling probono nel tempo del Covid-19. A completare la squadra ci sono la mano e l'occhio del responsabile delle due truppe di The Skill, Antonello Monti.

DOCUMENTI



Video on demand, durante il lockdown boom dei film che superano le serie tv. Gfk: flessione per sport, bene l'animazione

[VEDI TUTTI](#)

AGENDA

OTTOBRE
23 - 25 Milano – Il tempo della salute. Festival dedicato al tema dello star bene

OTTOBRE
05 - 07 Online – Aqua Film Festival. Rassegna cinematografica sul mondo dell'acqua

SETTEMBRE
25 - 26 Intelligenza Artificiale: per una governance umana. Prospettive educative e sociali

[VEDI TUTTI](#)

DATI E CIFRE

TOP 15 PROGRAMMI TV più attivi sui social e post più popolari. A giugno vince Fazio per inerzia; De Filippi in evidenza con più brand

Classifica e trend dei quotidiani (carta e digitale) a maggio. Tiene la diffusione; boom del Fatto, bene Il Sole

TOP 15 MEDIA ITALIANI SUI SOCIAL. In giugno vincono ancora SkySport e Netflix. Entra in classifica il magazine Libreriamo

[VEDI TUTTI](#)

LAVORO



Federica Fantozzi

Milano – Collaboratore redazione editoriale:
ricerca urgente

Pilota Sap certificato professionale con droni
per video Raw

Casalpalocco (RM) – Operatore video/film-maker
free lance per collaborazioni esterne

Roma – Neolaureato/a in marketing e
comunicazione

VEDI TUTTI

A Milano, l'ufficio di Brera è coordinato da Tina Colombo (ex Datamedia, comune di Milano, Regione Lombardia) mentre a Padova c'è il capo area Nord Est, il giornalista ex volto tv di Rete Veneta, Lorenzo Munegato, coadiuvato da una firma tosta proveniente dalla cronaca giudiziaria del Corriere Veneto, Roberta Polese, e da un'altra giornalista con solido background televisivo e di ufficio stampa istituzionale, Barbara Todesco.



Chiara Odierna

Pesante il portafoglio clienti: dall'italianissimo gruppo Tigotà alla multinazionale francese Roullier, leader nella nutrizione vegetale e animale. La filiera agroalimentare vede una forte competenza del team. Andrea Camaiora ha lavorato con Federico Vecchioni, Giovanni Cioffi con Anga (giovani di Confagricoltura) e l'azienda produttrice di fertilizzanti Timac Agro Italia, senza contare Pasta Zara (secondo esportatore di pasta al mondo, seguito da Munegato). In ambito reputation, The Skill ha firmato uno studio sul danno d'immagine causato al ponte palladiano di Bassano del Grappa e lo Studio di comunicazione collabora con uno dei più autorevoli legali in materia media e & reputation, Gianluca Massimei (NCTM). Tutela dell'immagine e dei profili reputazionali anche per numerosi vertici aziendali o istituti come la Banca Popolare del Lazio e FIRE, gruppo indipendente attivo in Italia nei servizi a supporto del credito. Esperienza anche nel settore sociosanitario: The Skill Press ha edito il primo manuale sulla comunicazione di crisi in sanità e The Skill segue da tempo la Società italiana di Chirurgia. L'ambiente è un ambito di alta specializzazione: The Skill affianca lo studio legale internazionale Pavia e Ansaldo che, con i professori Matteo Benozzo e Francesco Bruno, vanta uno dei dipartimenti ambientali considerati anche dalle classifiche internazionali tra i più autorevoli nel nostro Paese. Anche forte di questa competenza, The Skill è stata selezionata da quattro società idriche – Viacqua, Acque del Chiampo, Acque veronesi e Acque venete – per svolgere l'attività di Litigation pr nel processo da poco apertosi al tribunale di Vicenza sulla vicenda Pfas, il più importante caso in Europa in quest'ambito. A coordinare il team sono Roberta Polese e lo stesso Camaiora. Quello legale è uno dei settori presidiati in modo più consistente da The Skill, communication partner della Legal community week 2019 e organizzatore di LexFest, kermesse nazionale dedicata agli operatori del diritto e dell'informazione presieduta da Carlo Nordio e giunta alla quarta edizione. Oltre a curare la comunicazione di alcuni tra gli avvocati d'affari e gli studi legali più prestigiosi, ad esempio «Fantozzi e Associati», la società guidata da Andrea Camaiora lavora su dossier di Litigation pr con penalisti del calibro di Perroni e Associati e Diodà, con lo studio Maio Legal (attivo in Spagna e Messico), con l'Istituto Privacy e sviluppa progetti con lo studio legale Bana e l'Istituto per la lotta alla contraffazione (Indicam). Per l'Unione Camere Penali, The Skill ha prima ideato e poi condotto una campagna social relativa a uno dei principi cardine dello Stato di diritto e del «giusto processo», la prescrizione. Numerose le figure di cui il team di comunicazione strategica si è occupato: tra questi, l'ex ministro Claudio Scajola, Mario Mantovani (già vice presidente di Regione Lombardia), Massimo Comito manager coinvolto e poi proscioltto nel caso Telecom Sparkle, l'ex ministro dell'ambiente Corrado Clini e la campionessa paralimpica Martina Caironi.

[Registrati !](#)[Accedi](#)Newsletter
Mobile[CERCA](#)
[HOME](#) [AVVOCATO D'AFFARI](#) [CIVILE](#) [LAVORO](#) [PENALE](#) [AMMINISTRATIVO](#)
[L'intervista](#) [Mercati e Impresa](#) [News dagli studi](#) [Professione Legale](#)

I rapporti tra giustizia e media al centro del meeting di The Skill con magistrati, avvocati e giornalisti

13/05/2020 15:24

[Tweet](#) [Consiglia 39](#)


La ricerca di una difficile sincronizzazione tra i tempi della giustizia e quelli dell'informazione. L'accertamento delle responsabilità in caso di fughe di notizie o verità parziali e le diverse soluzioni in campo. La distorsione causata dalla concentrazione dell'attenzione dei media sulla fase delle indagini preliminari versus il frequente disinteresse per la sentenza, ancorché sconfessi le tesi dei pm. La complessa tutela della reputazione di chi viene coinvolto in inchieste giudiziarie. L'equilibrio tra giustizia e media è stato il tema del webinar organizzato

giovedì 23 aprile dallo studio di comunicazione The Skill, in collaborazione con gli studi legali Fornari e Associati e Alleva e Associati, moderato da Roberta Polese (litigation pr specialist di The Skill), a cui hanno partecipato magistrati, avvocati e giornalisti.

Il sostituto procuratore a Roma Mario Palazzi, che si è occupato di tratta delle donne e ha rappresentato l'accusa nei processi Consip e contro il clan Spada, ha evocato Cesare Beccaria per sottolineare come l'informazione e la pubblicità degli avvenimenti siano capisaldi della democrazia. "C'è effettivamente uno iato incolmabile tra i tempi della giustizia e quelli della comunicazione, una distonia tra i fatti oggetto di provvedimento e la loro rappresentazione" ha detto il magistrato, precisando di voler trattare la diffusione di atti non più coperti dal segreto durante la fase preliminare delle indagini tralasciando "la patologia della violazione del segreto". Palazzi chiamato in causa anche altre categorie: "Le Procure non hanno una strategia di comunicazione, è la domanda che fa l'offerta. Forse va ripensata la disciplina dei canali di uscita delle notizie. Noi magistrati siamo assediati, ma a volte sono gli avvocati a darle. Si può ipotizzare un accesso diretto agli atti da parte dei giornalisti accreditati. Il problema non è solo l'acquisizione delle notizie ma anche la loro diffusione". Ovvero come, quando e se viene data una certa notizia. "Non si può fermare l'acqua con una rete, bisogna regolare il flusso in modo razionale. Ampliando gli spazi di libertà si aumenta la responsabilità". Un modo anche per arginare fenomeni come "le opacità tra amici" e "la selezione maliziosa delle notizie".

Altra questione, ha sottolineato il pm, è "il fascino del buco della serratura", quando cioè dettagli periferici di un'indagine diventano il focus dell'attenzione dei media con ricadute reputazionali. Insomma, la necessità di una riflessione su questo equilibrio riguarda tutti:


[SOCIAL](#) [CONDIVISI](#) [CLICK 10](#)
Diritto24**Ventiquattrore Avvocato**
Milleproroghe, slitta al 30 giugno il Pos per professionisti e imprese
Soggetta a collazione la cessione gratuita di quote di una cooperativa edilizia

Codici e Formule

Costituzione
Disposizioni sulla Legge in generale
Codice Civile
Codice Penale
Codice di Procedura civile
Codice di Procedura penale
Codice della Strada

[Formulario civile](#)

"La deontologia professionale dei giornalisti imporrebbe di dare notizia anche delle fasi successive alle misure cautelari".

L'avvocato Giuseppe Fornari, tra i più autorevoli penalisti d'impresa, ha individuato a sua volta alcune criticità nel sistema attuale. La prima: "I cronisti si concentrano sulla fase delle indagini preliminari mentre il clou di un processo è il dibattimento. Questa deviazione rende l'informazione "zoppa". C'è un rapporto malsano tra giustizia e media. Spesso ci sono fughe di notizie o notizie parziali, che possono riverberarsi sull'esito della vicenda". Il penalista ha citato la Cassazione sul processo Sollecito per cui "il clamore mediatico ha accelerato le indagini alla ricerca di un colpevole, il che non ha giovato alla ricerca della verità sostanziale". Diversa, però, la soluzione proposta: "I giornalisti dovrebbero poter accedere alle notizie complete e solo se processualmente rilevanti, senza voyeurismo giudiziario né parzialità. Serve un'assunzione di responsabilità". Né gli avvocati potrebbero rispondere parlando a loro volta con i giornalisti perché "la verità non si è ancora formata e non sarebbe questa la soluzione".

Francesco Grignetti, firma giudiziaria de La Stampa, ha messo l'accento sulle "regole del gioco": "E' impossibile sincronizzare i temi della giustizia e dei media, ancora più accelerati ora dai social. Come mitigare i danni alla reputazione di personaggi pubblici? Non credo alla strozzatura nella genesi della creazione delle notizie che porterebbe con sé danni". Il giornalista imbocca la strada opposta, quella della "discovery piena e completa degli atti. Una scelta che può spaventare ma è invece il vaccino". Per contro "togliere libertà di informazione significa togliere diritti ai cittadini, anche perché se il giornalista sbaglia ne risponde".

Andrea Camaiora, Ceo di The Skill, ha ricordato come la risonanza sulla stampa sia massima al momento dell'esecuzione di una misura cautelare, cosicché la persona è "tramortita sotto tutti i punti di vista": "Dico ai miei clienti che con il passaggio da indagati a imputati la loro posizione migliora, perché prende voce la difesa".

L'avvocato Guido Carlo Alleva, tra i maggiori penalisti italiani, ha richiamato i principi costituzionali e la giurisprudenza per cui "una verità non è tale se incompleta". In sostanza "l'incompletezza dell'informazione rispetto all'attività giudiziaria preliminare è ontologica perché solo la fine del processo accerta l'unica verità dello Stato di diritto". Ovvero, la sentenza. E dunque, secondo l'avvocato, "serve una disciplina seria per la pubblicazione di atti durante le fasi preliminari altrimenti si crea un "pre-giudizio". Il vero scandalo è l'uso strumentale, strategico o politico di questo tipo di notizie per gli interessi in gioco". Insomma, i giornalisti dovrebbero limitarsi con "forme di autocensura perché la democrazia richiede pazienza".

CLICCA PER CONDIVIDERE



©RIPRODUZIONE RISERVATA

Permalink

<https://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/avvocatoAffari/newsStudiLegaliEOrdini/2020-05-13/i-rapporti-justizia-e-media-ce>

Dal Formulario di Lex24 una selezione delle formule civili personalizzabili per il professionista legale.

Formulario penale

Dal Formulario di Lex24 una selezione delle formule penali personalizzabili per il professionista legale.



Approfondimenti di LEX24

Amministratore di sostegno: compiti e funzioni

Art. 2477 c.c.: nuove disposizioni per il collegio sindacale delle s.r.l.

Fideiussione e schema ABI

Codice Rosso

Codice deontologico forense

Contenzioso immobiliare: profili ed aspetti

Danno da ritardo ex art. 2 bis L. 241/1990

Il contratto di assicurazione tra dichiarazioni inesatte e reticenze

Assegno di divorzio: natura composita e funzione perequativa

Strumenti e servizi

Calcolo danno biologico

Richiesta sentenze integrali

Gazzetta Ufficiale

Software (studio24)

Servizi Camerali

Punti accesso a Polisweb

Mobile

Link utili

COMMENTI

INTERVENTI

La centralità della filiera agroalimentare e le nuove sfide

di Andrea Camaiora



Nonostante l'emergenza coronavirus, non tutti si sono convinti purtroppo dell'importanza di prevenire, gestire e comunicare al meglio nelle condizioni di emergenza e di crisi. Al tempo stesso l'epidemia ha posto di fronte a tutti, anche al più sordo e al più cieco, l'evidenza che una crisi, anche di portata mondiale, è dietro l'angolo.

La sfida che è di fronte a tutti noi che operiamo in questa stagione difficile è epocale. Il grande intellettuale francese George Steiner, riflettendo sull'evoluzione della storia dei secoli più recenti, descriveva come fosse impossibile inventarsi qualcosa di nuovo nelle arti, nell'accademia, nella giurisprudenza, nell'arte militare, nel dibattito costituzionale, dopo Napoleone. Dopo Napoleone era infatti impossibile innovare in qualsiasi ambito e lasciare il segno, ed è stato così per molto tempo: le società del Vecchio Continente, a lungo il centro del mondo, erano pervase da un senso di noia, perché la rivoluzione napoleonica aveva ovunque portato elementi innovativi capaci di cambiare il mondo. Poi i nostri bisnonni, i nostri nonni o i nostri padri hanno ciascuno vissuto un momento epico: le guerre di indipendenza, la prima e seconda guerra mondiale. Noi abbiamo vissuto per molti anni, dopo la fine del boom economico e, in particolare, ancora dopo, tra l'inizio degli anni '90 e pochi mesi fa, un periodo di profonda noia. In particolare, gli italiani erano i più annoiati di tutti: una società vecchia, sufficientemente ricca ma in lento impoverimento, in un meccanismo di stagnazione totale nella quale si cresceva poco, pochissimo e quindi pian piano ci si indebitava, mentre il risparmio delle famiglie andava decrescendo, un andamento preoccupante per un Paese che ha un grandissimo risparmio privato e un grandissimo indebitamento pubblico.

Abbiamo di fronte a noi una grande sfida, quella imposta dalla Storia, dal destino o, se si preferisce, dalla Provvidenza: lasciare il segno facendo qualche cosa di importante. La crisi che stiamo vivendo ha segnato non solo la centralità del tema della stessa crisi e della sua gestione, ma anche quella della filiera agroalimentare. E rappresenterà, comunicativamente parlando, per tutto il settore per molti anni a venire una straordinaria leva nel rapporto con le istituzioni, nel rapporto con i media, nell'affrontare dimensioni economiche, giuslavoristiche, ambientali, anche dello studio di determinate materie connesse alla biologia, alla medicina,

all'alimentazione, alle scienze in generale.

Quale altra esperienza ha portato con sé il coronavirus?

Quando si è spenta l'Italia, quando si è spento l'Occidente, abbiamo capito che potevamo fare a meno di Amazon quotidianamente e di tante attività a cui, alla fine, abbiamo dolorosamente rinunciato: dall'aperitivo allo shopping ad altre forme di distrazione. Non potevamo permetterci però il lusso di privarci di una zucchina, un pomodoro, una fetta di carne, del pesce, della farina che, tra l'altro, a un certo punto è sparita dagli scaffali dei supermercati, perché c'è stata la corsa a recuperare anche delle tradizioni, e quindi la ricerca delle farine, la ricerca dei lieviti, con qualcuno che si è lanciato nell'attivazione o riattivazione di lieviti madre. E così abbiamo riscoperto la filiera agroalimentare come spina dorsale di un sistema sociale e di un sistema economico. Questo è un primo aspetto che segnerà il futuro di tutti i protagonisti della filiera, anche se oggi sono drammaticamente indeboliti. La filiera agroalimentare potrà vantare un carattere decisivo nel dibattito pubblico, naturalmente se saprà comunicarlo in modo adeguato. Nel farlo dovrà mostrare anche una capacità di evoluzione e di innovazione nella formazione del personale: l'investimento in quest'ultimo campo è decisivo, perché solo con un personale altamente qualificato un Paese come l'Italia potrà rispondere alle aspettative, che non sono solo quelle del mercato nazionale, ma sono evidentemente delle aspettative del mercato mondiale. Nei prossimi mesi tornerà ad essere centrale il sistema non tanto della qualità degli alimenti, ma della loro sicurezza, nel senso della sicurezza alimentare, della loro tracciabilità, di come vengono trattati, di come vengono confezionati, e inizierà, ed è già iniziato ma ce ne stiamo rendendo poco conto, una campagna anche condivisibile, rispetto alla quale come Sistema Italia dovremo essere capaci di inserirci in maniera incisiva: se abbiamo assistito all'inizio degli anni '90 a un fenomeno di delocalizzazione in Paesi del Terzo mondo delle nostre produzioni, oggi il problema che si porrà nel dibattito pubblico, nel marketing, nello storytelling aziendale, nel brand storytelling diventerà: "Questi prodotti da dove vengono? Da quali Stati provengono? E questi Stati quale valore danno all'igiene, alla sicurezza, alla tracciabilità della filiera, all'affidabilità in campo igienico ma anche ambientale?". Quando noi vediamo il prodotto ecosostenibile, la canna da zucchero grezza di origine vietnamita e abbiamo a confronto la canna da zucchero italiana, pensiamo istintivamente che sia equo e solidale acquistare lo zucchero proveniente dal Vietnam, magari anche ad un prezzo tutto sommato non conveniente, per aiutare quel mercato, ritenendo anche di prendere un prodotto relativamente sano.

In Italia conosciamo lo stato ormai di qualsiasi porzione di territorio per indagini, inchieste, controlli e verifiche di autorità che monitorano tutto. Sappiamo ogni dettaglio della falda, dei suoli, dei terreni, delle possibili contaminazioni, dei possibili rischi, mentre non sappiamo un bel nulla del terreno in cui è coltivata questa canna da zucchero in Vietnam. Sappiamo probabilmente molto del terreno in cui è coltivata la barbabietola da zucchero in Italia, da cui deriva lo zucchero biologico che possiamo comprare al supermercato. Da parte degli Stati Uniti d'America contro la Cina, da parte dell'Occidente nei confronti dell'Oriente si scatenerà molto presto una campagna forte, potente, prepotente e verrà cavalcata anche dai produttori e dai protagonisti delle filiere agroalimentari occidentali, più convinti o meno convinti. Questa sarà la prima linea forte comunicativa che si imporrà.

Questo trend occuperà tutto il secondo semestre 2020 e il primo semestre 2021, poi si ritornerà lentamente e progressivamente a parlare di qualità, rispetto al quale la filiera italiana, il made in Italy ecc., ha indubbie garanzie. Il tema è e sarà fare squadra, questo lo dovranno garantire soprattutto le istituzioni, le associazioni di categoria e di riferimento, e dovranno cioè fare un lavoro importante che illumini rispetto ai cittadini i severi protocolli di sicurezza, le stringenti normative che già condizionano la filiera agroalimentare italiana, le produzioni italiane ed europee. Bisogna sconfiggere il pregiudizio italiano per il quale le cose non si fanno a regola d'arte, non si fanno a norma.

La prova? Noi oggi aspettiamo, in un mondo che è stato affogato dai veleni dei no-vax, un messia che si chiama vaccino. Se le aziende farmaceutiche lo mettessero in commercio ora farebbero miliardi e c'è un'attesa spasmodica di questo vaccino. Sapete perché il vaccino non lo possono ancora iniettare? Perché esiste un percorso per qualsiasi prodotto farmaceutico, oltretutto a maggior ragione per un vaccino, un protocollo rigoroso che richiede degli standard di analisi, di test, di verifica, tutto un periodo di campioni, di periodi di attesa degli eventuali effetti di controindicazioni di questi vaccini, che fa sì che i prodotti delle nostre aziende farmaceutiche, checché se ne dica, sono prodotti super testati e super sicuri. Questo vale anche per la filiera agroalimentare e vale soprattutto per il made in Italy.

La chiave, dunque, è comunicare la rigidità, comunicare la severità, comunicare l'affidabilità dei prodotti, di un metodo di lavoro che è apprezzato nel mondo per la sua qualità, per i suoi sapori, per i suoi odori, per i propri

aromi, ma che origina da quella che ormai da tempo non è semplicemente un insieme di eccellenze nostrane ma una vera e propria industria, l’industria agroalimentare.

Esperto comunicazione di crisi e docente in “Litigation pr e Crisis” alla 24Ore Business School

Riproduzione riservata ©

P.I. 00777910159 | © Copyright Il Sole 24 Ore Tutti i diritti riservati



[Sei in: Home / Italiani nel Mondo / Comunità](#)

COMUNICAZIONE BANCARIA: CAMAIORA (THE SKILL) A DURAZZO E TIRANA CON INTESA SAN PAOLO BANK ALBANIA

6/09/2019 - 14:35



mail



Stampa



PDF

ROMA\ aise\ - Tour di incontri e conferenze in     

Albania per Andrea Camaiora, docente

universitario ed esperto di comunicazione strategica, anticorruzione, trasparenza e crisis communication, Ceo della società di comunicazione "The Skill".

Camaiora e il suo team - capofila il capo dell'area digital, events e brand storytelling, **Giovanni Cioffi** - saranno lunedì 9 settembre per incontri privati a **Durazzo**; sarà poi la volta di una lezione martedì 10 alle ore 14.00 presso la sede di **Confindustria Albania a Tirana** (Rruga Themistokli Gërmenji, Pallati Frasheri); infine mercoledì 11 settembre dalle ore 9 alle ore 11 un corso esclusivo per **Intesa Sanpaolo Bank Albania**, a Laprakë.

"L'Albania è un Paese vivace e dalle importanti prospettive economiche - spiega Andrea Camaiora - che deve però lavorare molto sulla trasparenza dei settori pubblico e privato, nelle azioni di contrasto alla corruzione e nelle più moderne e avanzate tecniche di comunicazione. Tutti argomenti che possono interessare politica, imprese, pubblica amministrazione e università albanesi. Italia e Confindustria Albania, grazie all'impegno e all'intelligenza del suo brillante Presidente, Sergio Fontana, vogliono aiutare la crescita albanese valorizzando le caratteristiche tipiche dei due popoli". (aise)

ARTICOLO PRECEDENTE

IL 72 HRS TRUE ITALIAN FOOD FESTIVAL FA TAPPA AD AMBURGO

ARTICOLO SUCCESSIVO

ONLINE IL BANDO PER IL SERVIZIO CIVILE: 62 POSTI ALL'ESTERO E 164 IN ITALIA CON LA COMUNITÀ PAPA GIOVANNI

Articoli Relativi

**"Ricordare la Shoah": la Società di Studi Fiumani nel Giorno della Memoria**

1/01/2021 - 17:40

**Fuga dalla DAD: boom di partenze dei liceali italiani per finire l'anno scolastico all'estero**

0/01/2021 - 17:29

**Istat: 14,4% in più gli italiani trasferiti all'estero**

0/01/2021 - 16:33

**"Lavorare all'estero": al via ciclo di seminari online della Regione Abruzzo**

0/01/2021 - 19:18

**"Possibile Futures for our Planet": da Londra laboratori online sui temi della sostenibilità per studenti di design**

0/01/2021 - 17:08

**La Scuola Italiana di Atene partecipa alle Olimpiadi di fisica 2021**

0/01/2021 - 15:42

- ▶ Newsletter (/newsletter)
- ▶ Archivio News (/news/archivio-news)

MBDA sceglie The Skill per crisis e reputation management



MBDA Italia, società parte del consorzio europeo MBDA, costruttore di missili e tecnologie per la difesa e player di rilievo mondiale nel settore, ha scelto The Skill, società di comunicazione specializzata in crisis & reputation management, brand storytelling, litigation pr e comunicazione finalizzata alla compliance aziendale, per un corso di formazione per il leadership team dell'azienda partecipata dalla britannica Bae, la francese Airbus e l'italiana Leonardo. In particolare, allo studio di comunicazione guidato da Andrea Camaiora è stato chiesto di concentrarsi su ipotesi di crisi e relazioni istituzionali in un'ottica di reputation management.

Il corso sarà strutturato in parte dal punto di vista teorico e in parte attraverso la profilazione di scenari di crisi su scala nazionale e internazionale.

MBDA è il leader europeo nel mercato dei missili, raggiungendo il 76% della quota di mercato nei cinque ambiti domestici europei. Con il 20% del mercato mondiale, MBDA occupa il terzo posto dietro le statunitensi Raytheon e Lockheed Martin. Il portafoglio ordini si aggira intorno ai 17,6 miliardi di euro. L'azienda, guidata in Italia dal 2016 da Pasquale Di Bartolomeo, è l'unica società europea in grado di soddisfare l'intera gamma di esigenze di sistemi d'arma delle tre forze armate.

📅 19/06/2020 | 🗨️ Comunicazione

[Indietro \(/news\)](/news)



GIOVANARDI STUDIO LEGALE AFFIDA IL REBRANDING A THE SKILL

Nuova immagine per la law firm del settore banking & finance



Giovanardi Studio Legale affida a **The Skill** l'operazione di rebranding della law firm specializzata nel settore banking & finance.

Lo studio di comunicazione con sedi a Roma, Milano e Padova è stato incaricato di curare **il rilancio della struttura guidata da Carlo Alberto Giovanardi, con alle spalle un'esperienza centenaria nel mondo legale.**

The Skill, sotto la supervisione del Ceo Andrea Camaiora, è specializzato nella comunicazione di vicende mediatico-giudiziarie (litigation pr), di crisi e legale, oltre che nell'implementazione di protocolli di trasparenza finalizzati alla compliance per il settore pubblico e privato. Affiancando la law firm specializzata in materia societaria, finanziaria e bancaria, The Skill si conferma realtà emergente apprezzata nel panorama dei legali d'affari.

GSL, presente con uffici a Milano e Genova, **punta attraverso The Skill a rafforzare il proprio brand nel solco di tradizione e innovazione.** Lo studio di piazza Liberty conferma infatti il patrimonio culturale ed etico che l'ha sempre contraddistinto, ma guarda anche al futuro grazie a una nuova generazione di avvocati cresciuta internamente sotto la guida del name partner.

Passa a Very Mobile

4,99€ al mese

30 Giga minuti e SMS illimitati

SCOPRI

ver

MOBILE

È proprio

Home > MilanoItalia > Camaiora: "Lo stop al burocrate primo antidoto alla corruzione"

MILANO

Lunedì, 28 settembre 2020 - 11:21:00

Camaiora: "Lo stop al burocrate primo antidoto alla corruzione"

Andrea Camaiora è impegnato a elaborare protocolli di semplificazione dei linguaggi amministrativi: "Semplificare è un atto di democrazia e legalità"



Andrea Camaiora

f t in F WhatsApp Email Print



Camaiora: "Lo stop al burocrate primo antidoto alla corruzione"

«Si parla da anni di Anticorruzione e Trasparenza, la Pubblica amministrazione è addirittura obbligata a redigere piani triennali su anticorruzione e trasparenza che, come se non bastasse, devono essere aggiornati ogni anno. Alla prova dei fatti, però, l'anticorruzione sconta una prevenzione spesso affidata a un formalismo mal sopportato dai dirigenti e funzionari, che ne subiscono solo aggravii e farraginosità e la trasparenza è... questa sconosciuta! Per molti, trasparenza è pubblicare più o meno disordinatamente enormi moli di dati e informazioni sui siti

internet, col risultato che in teoria tutto è disponibile e, in pratica, molti dati ed elementi necessari al cittadino per esercitare i propri diritti sono quasi irraggiungibili».



Attiva Link di Eni gas e luce

10% di sconto con Link di Eni gas e luce e, se attivi la bolletta digitale o l'addebito su conto corrente, hai altri 10% di sconto per 24 mesi!

Sponsorizzato da Eni gas e luce

Andrea Camaiora è un giornalista e un consulente in comunicazione strategica. Ha fondato pochi anni fa lo studio The Skill e si è specializzato in comunicazione di vicende mediatiche giudiziarie, di crisi e in comunicazione trasparente, elaborando per primo in Italia protocolli di semplificazione dei linguaggi tecnico amministrativi (burocratese, legalese, tecnicismo) utili a rafforzare la compliance nel settore privato e in quello pubblico. I colleghi con un po' di memoria ricordano il suo passato da comunicatore politico al fianco di figure potenti della Seconda Repubblica e la sua lunga frequentazione della Camera dei Deputati.

Lei insegna Comunicazione trasparente al master Anticorruzione dell'università di Roma Due - "Tor Vergata". Può spiegarci in cosa consiste e perché è così importante?

"Semplificare i linguaggi, senza tradire il significato giuridico o tecnico di partenza, significa realizzare un'operazione di legalità e democrazia. Per esercitare i propri diritti, bisogna anzitutto capire quali sono. Se mi arrestano in Italia, che è il mio Paese, e mi leggono i diritti di cui dispongo, posso difendermi efficacemente dalle accuse che mi vengono rivolte perché capisco perfettamente tutto ciò che mi viene detto. Se la stessa cosa accade in Giappone e nessuno mi spiega cosa sta farfugliando il solerte agente nipponico, la lettura di quei diritti non mi consentirà affatto di tutelarmi. Problemi come questo, senza l'attenuante degli ideogrammi giapponesi ma con l'aggravante, piuttosto, di un



Regione Lombardia Video News



Il Piano Lombardia: quarta tappa - Bergamo



rendere più efficaci e comprensibili i testi di bandi, contratti, regolamenti, avvisi, rimuovendo anche il rischio di incappare in un'inchiesta perché – pur agendo nel rispetto della legge – si comunica in modo confuso e opaco e si sollevano sospetti e diffidenze negli inquirenti, che sono magari indotti da falsi indizi a procedere a svolgere accertamenti quando non, addirittura, a costruire teoremi accusatori fondati da banali misunderstanding”.

PUBBLICITÀ



Come si inverte la rotta?

“Bisogna far uscire dirigenti e funzionari dalla comfort zone di terminologie autoreferenziali e costrutti sintattici arzigogolati. La parola chiave è semplicità. Spesso i soggetti che avrebbero bisogno del nostro aiuto avrebbero semplicemente dovuto fare scuole elementari e medie migliori, nelle quali avessero insegnato loro a prediligere discorsi diretti, evitare inutili perifrasi e incisi, usare in modo corretto ed essenziale la punteggiatura”.

Qualche esempio?

«Le SS.LL. sono pregate di indicare al responsabile dell'U.r.p.a. i membri della commissione preposta al rilascio del patentino». Basterebbe scrivere: «Vi chiediamo di indicare al responsabile dell'ufficio regionale per le politiche agricole (Urpa) i membri della commissione per il rilascio del patentino». Le pare possibile dover leggere costrutti di questo tipo? Oppure: «Tali posizioni sono da identificare non tanto in diritti irrefragabili, il cui esercizio prescinde dall'adozione di atti permissivi dell'amministrazione, ma in situazioni giuridiche suscettibili di trasformazione a seguito di atti di tipo suindicato». Ovvero: «I cittadini che vogliono iniziare un'attività devono chiedere autorizzazione alle amministrazioni competenti». Se comprendo una norma, un regolamento, un bando e se il linguaggio con cui comunica un'azienda è accessibile, ciò riduce gli spazi di malversazione e corruzione. La comunicazione può essere un potentissimo strumento di prevenzione dei comportamenti scorretti che sia i piani triennali anticorruzione e trasparenza, sia i cosiddetti modelli organizzativi derivati dalla legge 231/2001 si prefiggono di scongiurare”.

Bene, ma al di là della curiosità che una specializzazione come la sua suscita e al di fuori del contesto accademico, c'è veramente qualcuno che investe in una comunicazione più trasparente?

“Scherza? Noi riscontriamo l'interesse di un numero crescente di pubbliche amministrazioni e di aziende. E dopo alcuni mesi di 'terapia' i pazienti raccolgono i frutti della cura. Un esempio? Una rilevazione recente svolta dall'agenzia di ricerca e analisi dati Intwig per conto di ETRA spa, multiutility veneta che opera nel settore ambientale, ha concluso che – dopo un anno di nostro affiancamento relativamente all'attività di comunicazione – “la gestione della trasparenza e della legalità in ETRA rispetto al passato è migliorata per il 40,3% degli intervistati, mentre per il 54,5% è rimasta invariata ma confermandosi a livelli più che soddisfacenti. Applicare tutte le norme sulla trasparenza, dotarsi di un ufficio di Audit in grado di raccogliere le segnalazioni interne nella massima tutela dei dipendenti e dei fornitori su qualunque forma di presunto illecito si verifici e comunicare tutto in modo efficace e trasparente ripaga insomma in termini di reputazione. L'azienda guidata dall'avvocato Andrea Levorato ha fatto la scelta coraggiosa di comunicare in modo cristallino anche aspetti scomodi come inchieste e procedimenti amministrativi per rafforzare con la chiarezza il rapporto con la comunità locale. E alla fine il cittadino utente valuta e apprezza”.

Commenti: 0

Ordina per Novità



Aggiungi un commento...

Plug-in Commenti di Facebook

TI POTREBBE INTERESSARE ANCHE



Fallo prima di andare a letto, l'artrosi scomparirà presto



Carte e Contis: ecco quelli gratis di cui nessuno parla mai



Il diabete ha paura di questo. I livelli di zucchero scendono a 4



Lavora con Amazon da casa e guadagna 1.500 € al mese. Scopri come

Zurich Connect ti permette di risparmiare sull'assicurazione auto senza compromessi sulla qualità del servizio. Scopri la polizza auto e fai un preventivo

i blog di affari

Censurato il nome della d'Urso, bufera a Uomini e donne?

Rudy Cifarelli

Appalti, profili assicurativi e gestione dipendenti in emergenza Covid-19

Emilio Sturla Furnò. La comunicazione è vera quando è libera dai pregiudizi.

Francesca Lovatelli Caetani

Trova casa su **Immobiliare.it**

Provincia

Tipologia



Prenota e risparmia su **CaseVacanza.it**

SCOPRI DI PIÙ

RICIEDI ONLINE IL TUO MUTUO

Finalità del mutuo

-- Seleziona --

Importo del mutuo

Euro

Durata del mutuo

--

anni

Home > Digital & Advertising >

Nuovo logo e sito web per la casa editrice The Skill Press

28/10/2020 | 12:08



The Skill Press – casa editrice nata nel 2018 come business unit del Gruppo The Skill – presenta al mercato nuovo logo e nuovo sito web (www.theskillpress.it).

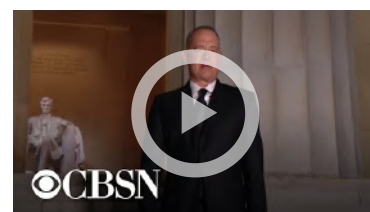
«Un portale così era necessario – spiega il coordinatore editoriale di The Skill Press, Dario Tasca, si legge in una nota stampa – per accompagnare la crescita esponenziale dei volumi dati alle stampe quest'anno, pur nella scelta, confermata dall'editore, di limitare alla saggistica e ai tomi accademici le pubblicazioni su cui specializzare la nostra piccola casa editrice. Il nuovo logo è stato invece fortissimamente voluto dal CEO del Gruppo, Andrea Camaiora, e anche in questo caso pensiamo di aver centrato l'obiettivo di rispecchiare lo spirito e le caratteristiche fondative di The Skill che, da sempre, cerca di coniugare competenza e creatività: gli "occhialini" sono nell'immaginario collettivo, dalla letteratura ai fumetti, un classico richiamo al lettore appassionato, a chi si è formato sui libri costruendo la propria fortuna professionale, a chi trova nel libro, tradizionale o virtuale, uno svago, un amico, un conforto, un punto di riferimento, un faro».

Tra i volumi più recenti, «Manuale su Compliance e Anticorruzione: la rivoluzione della comunicazione trasparente» (2020) e la collana «Covid», che raccoglie gli atti dei seminari organizzati dallo studio di comunicazione The Skill durante il periodo di lockdown con prestigiosi ospiti rappresentativi del mondo universitario, imprenditoriale e professionale.

©RIPRODUZIONE RISERVATA



VIDEO



Parata di star dello spettacolo per l'insediamento di Biden. Tom Hanks gran cerimoniere, da Bruce Springsteen a Katy Perry

SPECIALE PRIMA



Uomini Comunicazione è finalmente arrivato in edicola ed è indipendente da 'Prima'



LA REPUTAZIONE NELL'ERA DELL'INNOVAZIONE: IL VOLUME DI THE SKILL PRESS CON GIORGINO, MASSIMEI E RACANELLI



"Reputazione. Come tutelare il grande capitale nell'era dell'innovazione?" è il titolo del **secondo volume della collana "Covid"** edita dalla casa editrice **The Skill Press**.

La collana prende le mosse da una serie di incontri organizzati da The Skill (studio di comunicazione specializzato in vicende mediatico giudiziarie, litigation pr, comunicazione di crisi, legale e reputation management) durante il primo lockdown.

La reputazione, come ha evidenziato **Andrea Camaiora**, Ceo di The Skill, «è **il tema cruciale del nostro tempo** e ben si collega alla cosiddetta democratizzazione della conoscenza, per quel che le nuove tecnologie e l'innovazione hanno impresso a un mondo che è profondamente trasformato, anche solo rispetto a dieci, venti anni fa».

Giovanni Cioffi, Head of Brand-storytelling e Social networking di The Skill, aprendo il convegno da cui prende spunto il libro, aveva introdotto una serie di tematiche affini che ben si collegano con quella della reputazione, come «il tema della fiducia, il tema della credibilità, quindi della credibilità anche delle fonti e del fatto che talvolta noi attribuiamo credibilità a fonti che palesemente non la hanno. Sui social network tutto ciò avviene frequentissimamente. E poi il tema del personal branding, quindi nella sua fase di costruzione della brand identity e poi nella fase di tutela e mantenimento in qualche modo della brand reputation».

Tra i primi relatori, **Francesco Giorgino**, giornalista del TG1 e docente, ha introdotto l'argomento ricordando «che reputazione vuol dire sostanzialmente fiducia e credibilità. Il processo di costruzione e gestione della reputazione si regge su questi pilastri, sul pilastro cioè della fiducia che gli altri ci conferiscono e della credibilità che noi siamo riusciti a costruire inizialmente attraverso un accreditamento preventivo, poi attraverso un conferimento di fiducia che si fonda su un processo di consolidamento della credibilità».

Giorgino ha poi continuato spiegando: «Se oggi possiamo (e dobbiamo) parlare dell'importanza della reputazione individuale, così come della reputazione delle istituzioni e delle imprese, è perché c'è spazio per micronarrazioni individuali, quindi per narrazioni con un portato molto più contenuto e limitato. Micronarrazioni che, tuttavia, ambiscono, grazie proprio al potenziale tecnologico della cosiddetta platform society come la chiama Van Dijk, ad assicurare al rango di paradigmi, cioè di punti di riferimento per tutta una serie di soggetti».

GLI ALTRI CONTRIBUTOR DEL VOLUME DELLA COLLANA “COVID” DI THE SKILL

Gianluca Massimei, partner di NCTM studio legale e tra i massimi esperti in ambito media & reputation, ha analizzato come la reputazione si sia trasformata nel corso del tempo e «sia diventata fondamentale per le aziende. [...] In questi vent'anni, con l'avvento di internet, la reputation management è completamente cambiata, è stata prima introdotta e adesso è completamente cambiata, perché internet rende la situazione molto più complessa a livello di gestione della comunicazione e rende necessarie delle scelte strategiche che non sono più solamente di natura legale, per quello che ci riguarda, ma che richiedono sempre di più un'interazione con le divisioni interne e consulenti esterni in ambito comunicazione. C'è bisogno di una strategia unica, unitaria e ben tarata rispetto alla brand reputation».

Antonello Racanelli, procuratore aggiunto della Repubblica a Roma e già componente del Csm, ha sottolineato come rispetto al tema della reputazione «bisogna riflettere sui rapporti che ci possono essere tra questo elemento, nei tempi di innovazione tecnologica che stiamo vivendo, soprattutto, poi, in questo momento particolare, e la giustizia». Inoltre, con riferimento all'utilizzo dei social ha aggiunto: «Indubbiamente la facilità di accesso e l'anonimato rappresentano un grande mare magnum per tutti quelli che vogliono approfittare di questa situazione, perché chiaramente l'accertamento dell'identità dei soggetti che pongono in essere determinate affermazioni o determinati interventi sui social media diventa molto difficoltoso».

Anche **Sergio Fontana**, amministratore unico di Farmalabor srl e presidente di Confindustria Albanie e di Confindustria Bari - BAT, ha evidenziato come la reputazione nell'industria ha necessità di comunicare e di comunicare meglio rispetto a quello che ha fatto nel passato, soprattutto in quelle zone dove c'è poca industria e di conseguenza poca cultura industriale».

L'avvocato penalista **Giuseppe Fornari**, fondatore dello studio legale Fornari e Associati, ha posto il focus sul concetto di responsabilità: «Io ho l'allergia all'idea di aumentare le ipotesi di reato o di aumentare le pene come soluzione - in ogni campo - rispetto alle situazioni o ai comportamenti in un certo senso irregolari, tanto più rispetto ai temi di cui stiamo parlando oggi. [...] I reati dovrebbero essere infinitamente meno di quelli che in realtà sono. E invece, nel nostro Paese, assistiamo a una eccessiva penalizzazione di tutto, di qualunque nostro comportamento, che secondo me ha creato - o comunque contribuisce fortemente a creare - una assenza di etica della responsabilità. È un circuito che si autoalimenta: più pensiamo di risolvere le questioni criminalizzandole, cioè rendendole illeciti penali, meno questo Paese, le singole persone e soprattutto la classe dirigente, assumono il principio di responsabilità come principio cardine del proprio agire».

Susanna Zucchelli, amministratore delegato HERAtech srl e Diversity Manager per Gruppo Hera, analizzando la questione sotto un'altra luce, ha affermato che nonostante «per noi la buona reputazione rappresenta un capitale consolidato, grazie ai nostri tecnici e ingegneri, che detengono la competenza e le conoscenze necessarie per essere autorevoli sul campo. [...] È però sempre più concreto il rischio di non essere ascoltati, perché spesso si privilegiano opinioni di persone non competenti. [...] Ciò che ci troviamo a contrastare, ed è veramente qualcosa di molto arduo, è che molto spesso la competenza e la conoscenza soccombono a favore della notorietà o della maggiore visibilità: tu sei creduto non perché conosci, ma perché sei conosciuto. Ritengo che il concetto di reputazione sia ostacolato da questo limite di «conoscenza vs notorietà», cioè la condizione di rispetto ed autorevolezza basata sulle proprie competenze rischia di arrendersi davanti a chi non conosce ma sa di essere riconosciuto».

Antonio Bana, partner dello Studio Bana, con riferimento specifico al momento storico determinato dalla pandemia di Covid-19 ha suggerito come dovremmo «sfruttare questo periodo per alzare il livello di conoscenza, per dare quella indispensabile fiducia operativa a tutti. [...] Dobbiamo tutti quanti investire nel Brand Italia, a partire da un'analisi per la strategia di branding in modo da non trovarsi nei prossimi mesi a competere con armi inadatte ad un mercato che ha subito forti cambiamenti per poi poter ripartire più forti di prima. [...] Da come sarà percepita la gestione della crisi si cercherà di capire con maggior precisione l'impatto di immagine e reputazione del Brand Italia sul Pil e sul business delle singole imprese».

Tra gli altri, partecipano al volume anche l'avvocato penalista **Fabio Pinelli** (segnalatosi per alcuni casi giudiziari di maggiore scalpore), **Fabrizio de Feo** (Head of Media relations di The Skill), **Lorenzo Munegato** (Capo Area Nord Est di The Skill), **Roberta Polese** (giornalista Ansa e litigation pr specialist di The Skill), gli avvocati **Giorgio Altieri** (Tonucci & Partners), **Francesco Giuliani** (Fantozzi & Associati) e **Cosimo Paciolla** (Kuwait Italia).

L'INTERVENTO

La comunicazione e la gestione delle emergenze

Il linguaggio della verità e della precisione, sì ai social network ma non solo. L'esempio del Veneto flagellato dal maltempo

di ANDREA CAMAIORA E LORENZO MUNEGATO di Andrea Camaiora e Lorenzo Munegato

Può la comunicazione evitare alluvioni, terremoti, slavine, crolli, attentati terroristici, tsunami? Certo che no. Può la comunicazione rappresentare lo strumento principale di gestione e governo di una crisi, sia essa una calamità naturale o un disastro che compromette le nostre arterie infrastrutturali? Certo che sì. Anzitutto può farlo parlando il linguaggio della verità e della precisione, illustrando ai cittadini e al sistema dell'informazione che alimenta l'opinione pubblica i rischi potenziali e le difficoltà che si stanno per abbattere su una comunità, o offrendo con rapidità le indicazioni per reagire a una disgrazia che si è abbattuta come un fulmine a ciel sereno e con violenza. La comunicazione può farlo parlando in modo semplice e comprensibile a tutti e sfruttando tutti gli strumenti utili a non escludere nessuno da messaggi preziosi per mettere al sicuro sé stessi e i propri cari. Dunque sì ai social network, ma non solo, perché larghe fasce della popolazione (anziani, soggetti socialmente fragili, bambini) o non hanno accesso alla Rete oppure lo hanno in modo non continuativo e con poca dimestichezza.



L'acqua alta a Venezia in novembre (archivio)

PUBBLICITÀ



IL MALTEMPO Si può far comprendere agli abitanti di un paese o di un'area più vasta il rischio reale per l'incolumità dato dall'approssimarsi di un periodo di grave maltempo. Si possono aiutare aziende e comuni a superare incidenti dovuti a fattori esterni di crisi che impattano sulla loro organizzazione e sul loro funzionamento. Comunicatori esperti e forgiati dalla gestione di numerosi casi di crisi possono essere il tassello fondamentale di un team articolato (nel settore pubblico con sindaco/ presidente della regione, protezione civile, dirigente, ufficio stampa, legale, forze dell'ordine e nel settore privato con amministratore delegato, direttore di stabilimento o dei lavori, legale, ufficio stampa) in cui tutti collaborano insieme alla soluzione migliore. Il Veneto flagellato negli ultimi anni dalle calamità naturali può essere considerato un esempio per capacità di reazione sul fronte operativo ma anche comunicativo. Il governatore Zaia nel corso di questi eventi avversi ha saputo mediare intelligentemente la presenza fisica sui luoghi del disastro, dando visivamente l'idea della reazione operativa immediata, ma è riuscito anche a fornire nei modi e nei tempi corretti le informazioni alle istituzioni nazionali e ai cittadini sfruttando tutti i canali a disposizione, più volte durante l'anno. La casacca della protezione civile, insomma, va indossata tutto l'anno, non basta la sola testimonianza di vicinanza. Bisogna sapere anche dove andare e quali messaggi veicolare.

LA CRISI È ECONOMICA La crisi è anche economica con rischio di chiusura imprese e licenziamenti ma anche opportunità di riconversione e rilancio. Più d'una le partite in cui l'assessore regionale Donazzan ha saputo nei fatti coordinare con successo veri e propri crisis team. E poi è importante superare la crisi. Per imparare da essa e diventare più forti. Un'emergenza, una tragedia portano con sé dolore, ma anche consapevolezza all'interno di una comunità. Purché si sia capaci di superare l'ostinata e dissennata ricerca immediata del capro espiatorio, del colpevole, di chi ha sbagliato. L'Italia è dotata di una magistratura e di forze dell'ordine preparate, capaci di fare il proprio lavoro. Non inventiamoci pubblico ministero e giudice per un giorno. Pensiamo piuttosto a come ricostruire, a come essere più forti e uniti. Ne abbiamo parlato all'importante convegno promosso da Anci Veneto, dal titolo «Comunicazione in Protezione Civile», al quale abbiamo portato un esempio cinematografico che molti, giovani e meno giovani, ricorderanno. Il conforto di don Camillo alle popolazioni colpite dall'esondazione del Po. Perché se fronteggiare una crisi è possibile, lo è anche lasciarsela alle spalle e «ricordarsi che il sole ritorna sempre a splendere – come dice il protagonista dei libri di Guareschi – e con la tenacia che Dio ci ha dato ricominciare a lottare». *Esperti di comunicazione di crisi

9 dicembre 2019 (modifica il 9 dicembre 2019 | 18:13)
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Raccomandato da Taboola

Taboola Feed

Questo gioco di strategia è il miglior allenamento per il tuo cervello. Nessun download.

[FORGE OF EMPIRES](#)

Con questa app cominci a parlare una nuova lingua in 3 settimane

[BABBEL](#)

Ladri in casa: difenditi con l'antifurto Verisure. -50% a Gennaio

[ANTIFURTO VERISURE](#)

Furti in abitazione. Scopri come difenderti con Verisure. Promo -50%

[ANTIFURTO VERISURE](#)

Sapevi che un montascale non deve essere costoso?

[OFFERTARAPIDA.IT](#)

Scopri perchè l'antifurto Verisure è il migliore per proteggere la tua casa

[ANTIFURTO VERISURE](#)

Proteggi la tua casa con Verisure. -50% a Gennaio

[ANTIFURTO VERISURE](#)

VISUAL STORYTELLING, AIGI SCEGLIE THE SKILL

Nasce la campagna «Essere Aigi» che racconta ruolo e valori dell'Associazione italiana dei Giuristi d'Impresa



In foto, da sinistra: Dario Tasca e Giovanni Cioffi

Aigi, l'Associazione italiana dei Giuristi d'Impresa, ha scelto lo studio di comunicazione **The Skill** per un progetto di **visual storytelling**.

L'associazione presieduta da Giuseppe Catalano – che riunisce i responsabili di direzioni legali di grandi società – cercava un partner di comunicazione capace di sposare contenuti e immagine sviluppati o promossi da Aigi tra il 2020 e il 2021 e la scelta è ricaduta sulla società fondata da **Andrea Camaiora**, considerata punto di riferimento nel mercato della comunicazione legale e professionale.

Per l'occasione, The Skill ha costituito un team di progetto coordinato da **Giovanni Cioffi** (Head of Brand Storytelling) e **Dario Tasca** (con Federica Fantozzi alla guida dell'area di comunicazione legale) e composto da Chiara Odierna e Simone Aloisio, ideatori della **campagna «Essere Aigi»**, che tra il vecchio e il nuovo anno verrà sviluppata, protagonista dopo protagonista, attraverso parole decisive nella riflessione sulla formazione e lo sviluppo del Giurista d'Impresa e del suo ruolo in Italia, nel rapporto con la normativa vigente e le sue possibili evoluzioni, nella corporate governance e il mondo dei legali del libero foro.



PER THE SKILL 2020 A +52%. ANDREA CAMAIORA: «CRESCIAMO UNENDO COMPETENZA E CREATIVITÀ»

Lo studio di comunicazione nato nel 2018 attorno al focus sulle Litigation PR oggi è molto di più, con un'offerta che si allarga senza abbandonare il pallino della qualità



Andrea Camaiora, Ceo e Founder di The Skill

Da tre a 20 persone in soli due anni, tre sedi (Roma, Padova e Milano) e un giro d'affari che anche nel 2019 ha segnato +100% e anche nel 2020 è aumentato di oltre il 50%. È una crescita veloce, benché controllata, quella di **The Skill**, lo studio di comunicazione [specializzato in litigation pr](#), crisis, reputation e brand storytelling avviato nel 2018 da una intuizione di **Andrea Camaiora**. Giornalista, spin doctor, esperto di comunicazione istituzionale-politica, Camaiora è stato tra i primi nel nostro Paese a intuire le potenzialità delle «Litigation Public Relations», ossia le attività giornalistiche e di relazioni pubbliche finalizzate alla gestione del processo di comunicazione nel corso di procedimenti o controversie legali. Nato attorno a questo focus, oggi The Skill è molto di più.

Andrea, cosa rende particolari le "Litigation PR"?

Nel mondo anglosassone, ma ormai sempre più di frequente anche in Italia, ogni giorno di più si coglie l'importanza decisiva che la comunicazione ha in rapporto alle vicende mediatico-giudiziarie, specialmente in un mondo così influenzato dai social media. Le litigation PR fanno parte del background delle grandi agenzie anglosassoni e internazionali, ma di fatto raramente in Italia le competenze "sulla carta" trovano corrispondenza in esperienze sul campo. Si tratta invece di un'attività che non si può improvvisare: **The Skill ha un team uniformemente diviso tra giornalisti, comunicatori e giuristi**. Non sono molte le strutture che possono vantare queste caratteristiche. **Non ci**

piace il termine agenzia, preferiamo "Studio": in primo luogo, banalmente, perché studiamo, approfondiamo dossier, documenti, argomenti e scenari e poi perché il nostro lavoro ha professionalità e competenza come tratto distintivo, infine per l'**approccio tailor made**. Con 20 persone, gestiamo una ventina di clienti e ciò rende bene l'idea della cura che mettiamo in ogni progetto. Restare "piccoli", mantenendo sempre altissima la qualità, è uno dei nostri pallini, l'altra è la capacità di allargare la nostra offerta ad ambiti come la **comunicazione strategica, il brand storytelling, la gestione e la tutela della reputazione on e offline**.

Il Gruppo The Skill però non è più solo una società di comunicazione. Sono nate nel frattempo più di una business unit.

Sì, e fanno parte dell'approccio originale e creativo per cui siamo apprezzati. **The Skill Press** è una casa editrice a tutti gli effetti, coordinata da Dario Tasca, che produce sia in e-book (su Kindle) sia in volumi cartacei opere di taglio specializzato, alcune particolarmente significative come il recente saggio "La disfida della Par Condicio 20 anni dopo" e la collana "I quaderni del Negoziato", la prima in Italia su come si realizza un negoziato in ambito privato e pubblico. C'è poi **Skill On Air**, il servizio di podcasting che nei prossimi giorni accelererà grazie all'arrivo da Radio Rai di Gianfranco Valenti, nostro nuovo Head of Creative solutions. L'ultima nata è **To Learn The Skill**, la unit dedicata a un tipo di formazione agile, concreta e di qualità che è oggi al centro di un importante piano di sviluppo. C'è però una business unit, la più importante, che non ho ancora menzionato.

Quale?

The Skill non esisterebbe senza il suo più importante valore aggiunto: **le persone**. Questa società ha successo da tre anni grazie al cuore e al cervello di **Giovanni Cioffi** (Head of Brand Storytelling) e **Lorenzo Munegato**, è cresciuta nella comunicazione legale imponendosi come vero e proprio punto di riferimento grazie a **Federica Fantozzi** e **Dario Tasca**, segue alcuni dei processi più significativi in ambito ambientale - vedi il caso Pfas in Veneto - grazie alla professionalità di **Roberta Polese** e sta procedendo credibile e sicura, con un tocco di stile, grazie al consiglio del nostro Senior Advisor **Giorgio Lainati** (già vicepresidente Commissione di Vigilanza Rai e Consigliere per la comunicazione di Palazzo Chigi). La scelta coraggiosa di **Fabrizio de Feo**, già firma di punta del quotidiano Il Giornale, di sposare la nostra causa lasciando gli allori e le comodità del giornalismo tradizionale per scommettere su The Skill, è stata poi determinante nel consentirci un indubbio salto di qualità. *(nella foto qui sotto: Fabrizio De Feo con Andrea Camaïora)*



Che anno è stato per voi il 2020?

Un anno ricco di sfide, in cui siamo riusciti a far **crescere il fatturato del 52%, dopo il +100% del 2019**. Proprio le condizioni particolari dell'anno scorso ci hanno permesso di realizzare attività particolarmente significative: abbiamo seguito alcuni player importanti nei settori turismo e alimentare colpiti dall'emergenza Covid, anche aiutandoli a sviluppare e valorizzare protocolli operativi in linea le normative vigenti sulla responsabilità aziendale. A ottobre il mensile **Millenium**, diretto da Peter Gomez, ci ha incoronati come società di riferimento per la semplificazione dei linguaggi amministrativi e burocratici e la comunicazione finalizzata all'anticorruzione, alla trasparenza e alla compliance. E poi è stato di enorme soddisfazione essere stati scelti per curare il **rilancio di Vo' Euganeo** dopo la prima ondata Covid, che abbiamo portato su tutti i quotidiani e i tg e che è stato supportato e incoraggiato anche dalla visita del Presidente **Sergio Mattarella** in occasione della riapertura dell'anno scolastico. In quel momento è nata l'ispirazione per l'**opera pop «Icon President»**, realizzata dalla nostra graphic designer **Margherita Fruscoloni Morello** e ispirata al messaggio di speranza che Mattarella ha consegnato ai bambini e alla comunità locale. «Icon President» *(nella foto sotto: un dettaglio dell'opera)* è stata consegnata al Quirinale ed è donata a The Skill a protagonisti del mondo dell'impresa, delle professioni e delle istituzioni che si sono distinte nella loro carriera. Proprio ieri, con enorme soddisfazione, è giunta a Giorgio Lainati, a me e a tutto il team il ringraziamento niente meno che dal Presidente della Repubblica.



E per il 2021, quali sono le prospettive?

Per The Skill il 2021 è l'anno in cui la competenza vola sulle ali della creatività con uno 'squadrone': **Gianfranco Valenti**, la graphic designer **Margherita Fruscoloni Morello**, **Antonello Monti** (autore con Lorenzo Munegato del cortometraggio "I bambini di Vo" presentato alla 77esima edizione del Festival del Cinema di Venezia), **Chiara Odierna** (content creator di The Skill Press), **Simone Aloisio** (a capo dei nostri progetti di visual storytelling, in arrivo da Telenorba). Covid permettendo, abbiamo in mente di **rafforzare la sede di Milano**, che opera accanto al quartiere generale di Viale Parioli a Roma e all'ufficio di Padova, che per l'acume di **Lorenzo Munegato** copre con successo il Nord Est. Contiamo di ampliare la nostra presenza internazionale, che attualmente può vantare esperienze in **Francia, Spagna, Lussemburgo e Albania**. Il mondo legale e delle professioni, l'health & pharma, la sanità e la GDO sono ambiti nei quali ci siamo fatti conoscere e apprezzare, ma in generale **siamo interessati a tutte le realtà che sono accusate ingiustamente o sono vittima di un meccanismo dell'informazione che li distrugge**. Su questo tema annunceremo nel primo trimestre di quest'anno una novità importantissima che porrà The Skill avanti a qualsiasi altro player di rilievo del settore della comunicazione in Italia, in linea con le più avanzate esperienze a livello internazionale. *(Nella foto sotto, da sinistra a destra: Dario Tasca, Federica Fantozzi e Giovanni Cioffi)*



SCOPRI ALTRI CONTENUTI SU

| agenzie di comunicazione | Andrea Camaiora | pr | The Skill |

ARTICOLI CORRELATI

PER THE SKILL 2020 A +52%. ANDREA CAMAIORA: «CRESCIAMO UNENDO COMPETENZA E CREATIVITÀ»

Lo studio di comunicazione nato nel 2018 attorno al focus sulle Litigation PR oggi è molto di più, con un'offerta che si allarga senza abbandonare il pallino della qualità



Andrea Camaiora, Ceo e Founder di The Skill

Da tre a 20 persone in soli due anni, tre sedi (Roma, Padova e Milano) e un giro d'affari che anche nel 2019 ha segnato +100% e anche nel 2020 è aumentato di oltre il 50%. È una crescita veloce, benché controllata, quella di **The Skill**, lo studio di comunicazione [specializzato in litigation pr](#), crisis, reputation e brand storytelling avviato nel 2018 da una intuizione di **Andrea Camaiora**. Giornalista, spin doctor, esperto di comunicazione istituzionale-politica, Camaiora è stato tra i primi nel nostro Paese a intuire le potenzialità delle «Litigation Public Relations», ossia le attività giornalistiche e di relazioni pubbliche finalizzate alla gestione del processo di comunicazione nel corso di procedimenti o controversie legali. Nato attorno a questo focus, oggi The Skill è molto di più.

Andrea, cosa rende particolari le "Litigation PR"?

Nel mondo anglosassone, ma ormai sempre più di frequente anche in Italia, ogni giorno di più si coglie l'importanza decisiva che la comunicazione ha in rapporto alle vicende mediatico-giudiziarie, specialmente in un mondo così influenzato dai social media. Le litigation PR fanno parte del background delle grandi agenzie anglosassoni e internazionali, ma di fatto raramente in Italia le competenze "sulla carta" trovano corrispondenza in esperienze sul campo. Si tratta invece di un'attività che non si può improvvisare: **The Skill ha un team uniformemente diviso tra giornalisti, comunicatori e giuristi**. Non sono molte le strutture che possono vantare queste caratteristiche. **Non ci**

piace il termine agenzia, preferiamo "Studio": in primo luogo, banalmente, perché studiamo, approfondiamo dossier, documenti, argomenti e scenari e poi perché il nostro lavoro ha professionalità e competenza come tratto distintivo, infine per l'**approccio tailor made**. Con 20 persone, gestiamo una ventina di clienti e ciò rende bene l'idea della cura che mettiamo in ogni progetto. Restare "piccoli", mantenendo sempre altissima la qualità, è uno dei nostri pallini, l'altra è la capacità di allargare la nostra offerta ad ambiti come la **comunicazione strategica, il brand storytelling, la gestione e la tutela della reputazione on e offline**.

Il Gruppo The Skill però non è più solo una società di comunicazione. Sono nate nel frattempo più di una business unit.

Sì, e fanno parte dell'approccio originale e creativo per cui siamo apprezzati. **The Skill Press** è una casa editrice a tutti gli effetti, coordinata da Dario Tasca, che produce sia in e-book (su Kindle) sia in volumi cartacei opere di taglio specializzato, alcune particolarmente significative come il recente saggio "La disfida della Par Condicio 20 anni dopo" e la collana "I quaderni del Negoziato", la prima in Italia su come si realizza un negoziato in ambito privato e pubblico. C'è poi **Skill On Air**, il servizio di podcasting che nei prossimi giorni accelererà grazie all'arrivo da Radio Rai di Gianfranco Valenti, nostro nuovo Head of Creative solutions. L'ultima nata è **To Learn The Skill**, la unit dedicata a un tipo di formazione agile, concreta e di qualità che è oggi al centro di un importante piano di sviluppo. C'è però una business unit, la più importante, che non ho ancora menzionato.

Quale?

The Skill non esisterebbe senza il suo più importante valore aggiunto: **le persone**. Questa società ha successo da tre anni grazie al cuore e al cervello di **Giovanni Cioffi** (Head of Brand Storytelling) e **Lorenzo Munegato**, è cresciuta nella comunicazione legale imponendosi come vero e proprio punto di riferimento grazie a **Federica Fantozzi** e **Dario Tasca**, segue alcuni dei processi più significativi in ambito ambientale - vedi il caso Pfas in Veneto - grazie alla professionalità di **Roberta Polese** e sta procedendo credibile e sicura, con un tocco di stile, grazie al consiglio del nostro Senior Advisor **Giorgio Lainati** (già vicepresidente Commissione di Vigilanza Rai e Consigliere per la comunicazione di Palazzo Chigi). La scelta coraggiosa di **Fabrizio de Feo**, già firma di punta del quotidiano Il Giornale, di sposare la nostra causa lasciando gli allori e le comodità del giornalismo tradizionale per scommettere su The Skill, è stata poi determinante nel consentirci un indubbio salto di qualità. *(nella foto qui sotto: Fabrizio De Feo con Andrea Camaïora)*



Che anno è stato per voi il 2020?

Un anno ricco di sfide, in cui siamo riusciti a far **crescere il fatturato del 52%, dopo il +100% del 2019**. Proprio le condizioni particolari dell'anno scorso ci hanno permesso di realizzare attività particolarmente significative: abbiamo seguito alcuni player importanti nei settori turismo e alimentare colpiti dall'emergenza Covid, anche aiutandoli a sviluppare e valorizzare protocolli operativi in linea le normative vigenti sulla responsabilità aziendale. A ottobre il mensile **Millenium**, diretto da Peter Gomez, ci ha incoronati come società di riferimento per la semplificazione dei linguaggi amministrativi e burocratici e la comunicazione finalizzata all'anticorruzione, alla trasparenza e alla compliance. E poi è stato di enorme soddisfazione essere stati scelti per curare il **rilancio di Vo' Euganeo** dopo la prima ondata Covid, che abbiamo portato su tutti i quotidiani e i tg e che è stato supportato e incoraggiato anche dalla visita del Presidente **Sergio Mattarella** in occasione della riapertura dell'anno scolastico. In quel momento è nata l'ispirazione per l'**opera pop «Icon President»**, realizzata dalla nostra graphic designer **Margherita Fruscoloni Morello** e ispirata al messaggio di speranza che Mattarella ha consegnato ai bambini e alla comunità locale. «Icon President» *(nella foto sotto: un dettaglio dell'opera)* è stata consegnata al Quirinale ed è donata a The Skill a protagonisti del mondo dell'impresa, delle professioni e delle istituzioni che si sono distinte nella loro carriera. Proprio ieri, con enorme soddisfazione, è giunta a Giorgio Lainati, a me e a tutto il team il ringraziamento niente meno che dal Presidente della Repubblica.



E per il 2021, quali sono le prospettive?

Per The Skill il 2021 è l'anno in cui la competenza vola sulle ali della creatività con uno 'squadrone': **Gianfranco Valenti**, la graphic designer **Margherita Fruscoloni Morello**, **Antonello Monti** (autore con Lorenzo Munegato del cortometraggio "I bambini di Vo" presentato alla 77esima edizione del Festival del Cinema di Venezia), **Chiara Odierna** (content creator di The Skill Press), **Simone Aloisio** (a capo dei nostri progetti di visual storytelling, in arrivo da Telenorba). Covid permettendo, abbiamo in mente di **rafforzare la sede di Milano**, che opera accanto al quartiere generale di Viale Parioli a Roma e all'ufficio di Padova, che per l'acume di **Lorenzo Munegato** copre con successo il Nord Est. Contiamo di ampliare la nostra presenza internazionale, che attualmente può vantare esperienze in **Francia, Spagna, Lussemburgo e Albania**. Il mondo legale e delle professioni, l'health & pharma, la sanità e la GDO sono ambiti nei quali ci siamo fatti conoscere e apprezzare, ma in generale **siamo interessati a tutte le realtà che sono accusate ingiustamente o sono vittima di un meccanismo dell'informazione che li distrugge**. Su questo tema annunceremo nel primo trimestre di quest'anno una novità importantissima che porrà The Skill avanti a qualsiasi altro player di rilievo del settore della comunicazione in Italia, in linea con le più avanzate esperienze a livello internazionale. *(Nella foto sotto, da sinistra a destra: Dario Tasca, Federica Fantozzi e Giovanni Cioffi)*



SCOPRI ALTRI CONTENUTI SU

| agenzie di comunicazione | Andrea Camaiora | pr | The Skill |

ARTICOLI CORRELATI

- ▶ Newsletter (/newsletter)
- ▶ Archivio News (/news/archivio-news)

The Skill si conferma riferimento per Healthcare & Pharma



Dopo un primo anno con un incarico di progetto, la società di comunicazione The Skill è stata confermata dalla società di consulenza farmaceutica Intexo per il 2021 per accompagnare l'azienda nel percorso che l'ha portata a essere società benefit nonché l'unica B Corp italiana del proprio settore.

The Skill, Studio di comunicazione con forti competenze in comunicazione strategica, economica e legale, brand storytelling e reputation management, è stato selezionato da Intexo con l'obiettivo di una comunicazione sempre più trasparente, finalizzata a potenziare ulteriormente i già elevati standard di compliance aziendale. Un percorso che ha visto, anzitutto, la revisione dei codici linguistici e la dotazione di nuovi protocolli di comunicazione finalizzati alla compliance, con particolare riguardo alla legge 231/2001.

Fondata nel 2012 da Matteo Mantovani, Intexo si propone di garantire al paziente un accesso precoce, appropriato e sostenibile al farmaco o alla terapia, promuove e persegue una nuova forma di dialogo etico e responsabile tra imprese, enti regolatori, medici e pazienti.

Certificata nel 2018 come B Corp e nel 2019 come società benefit, Intexo fa parte di quella minoranza innovativa di aziende che sceglie di rispettare elevati standard di trasparenza, etica e responsabilità generando valore non solo per gli azionisti ma anche per i dipendenti, il territorio e l'intera comunità di riferimento. Scelta che si sostanzia in una serie di azioni concrete quali, ad esempio, report periodici.

Confermando Intexo, la società guidata da Andrea Camaiora, The Skill, rafforza ulteriormente la sua già significativa presenza nel settore Healthcare & Pharma (inaugurata diversi anni fa con il supporto, mai interrotto, alla Società italiana di Chirurgia) e nella consulenza in Comunicazione trasparente finalizzata alla compliance, al servizio sia di istituzioni sia di aziende.

Il team di progetto chiamato ad affiancare Intexo resta coordinato da Fabrizio de Feo, head of media relations, affiancato da Giovanni Cioffi (head of brand storytelling) e da Dario Tasca che collabora con Andrea Camaiora anche per l'attività accademica da lui svolta da sei anni come docente in Comunicazione trasparente nell'ambito del Master Anticorruzione dell'università degli Studi di Roma Due, "Tor Vergata".

Professione e Mercato 22 Gennaio 2021

Tutela reputazionale, The Skill e NCTM con Banca Popolare del Lazio

In breve

The Skill ha assistito Banca Popolare del Lazio (BpL) in collaborazione con Nctm Studio Legale in un lungo progetto di tutela reputazionale, con riguardo al monitoraggio e alle necessarie azioni di tutela riguardo a fake news e contenuti informativi diffamatori, lesivi dell'immagine dell'istituto bancario sul mercato e idonei a compromettere la percezione dei principali stakeholder, istituzionali e non

Il Gruppo The Skill ha assistito Banca Popolare del Lazio (BpL) in collaborazione con Nctm Studio Legale in un lungo progetto di tutela reputazionale, con riguardo al monitoraggio e alle necessarie azioni di tutela riguardo a fake news e contenuti informativi diffamatori, lesivi dell'immagine dell'istituto bancario sul mercato e idonei a compromettere la percezione dei principali stakeholder, istituzionali e non.

In particolare, la società guidata da Andrea Camaiora ha operato con un team di progetto coordinato da Giovanni Cioffi (Head of Brand Storytelling di The Skill) con l'ausilio del Senior advisor, Giorgio Lainati, ed ha affiancato l'avvocato Gianluca Massimei, Equity Partner di Nctm Studio Legale, tra i massimi esperti in Italia in ambito Media e Reputation, con pluriennale expertise nell'assistenza giudiziale e stragiudiziale in favore di primari gruppi editoriali, nonché di alcuni dei principali player del mondo economico e imprenditoriale.

In collaborazione con Gianluca Massimei ha lavorato anche il Managing Associate Lelio Galdieri, avvocato con consolidata esperienza nell'assistenza giudiziale e stragiudiziale in materia di Media e Reputation.

Il Sole 24 ORE aderisce a  The Trust Project

P.I. 00777910159 | © Copyright Il Sole 24 Ore Tutti i diritti riservati

Professione e Mercato

Comunicazione e proprietà intellettuale, Aippi sceglie The Skill

04 Febbraio 2021

Aippi – associazione che a livello internazionale riunisce gli esperti di proprietà intellettuale – ha scelto in Italia per sviluppare un progetto di brand storytelling ed enforcement lo studio di comunicazione The Skill, specializzato in litigation pr, crisis management, comunicazione legale, brand storytelling, reputation e comunicazione finalizzata alla compliance.

Aippi – associazione che a livello internazionale riunisce gli esperti di proprietà intellettuale ha scelto in Italia per sviluppare un progetto di brand storytelling ed enforcement lo studio di comunicazione The Skill, specializzato in litigation pr, crisis management, comunicazione legale, brand storytelling, reputation e comunicazione finalizzata alla compliance.

In particolare, l'associazione guidata in Italia dalla presidente Paolina Testa e dagli avvocati Cristiano Bacchini, Simona Lavagnini, Giulio Enrico Sironi, Alessandro Masetti Zannini de Concina, Antonio Bana, Jacopo De Benedetti, Cesare Galli, Enrico Gatti, Bianca Manuela Gutierrez, Gianni Pancot, Davide Petraz, Mario Pisapia, Maria Teresa Saguatti, Stefano Vatti e Alessandra Vitagliano ha richiesto un progetto di comunicazione strategica capace di sfruttare le nuove tecnologie e le più moderne tecniche di veicolazione delle informazioni per sviluppare una conoscenza più ampia di Aippi e promuovere iniziative a tutela della proprietà intellettuale e delle sue più recenti e significative innovazioni in ambito giuridico.

Allo scopo, The Skill, punto di riferimento nel mercato della comunicazione nel settore legale e professionale, ha costituito un team di progetto che è stato affidato a Dario Tasca, Giovanni Cioffi (Head of Brand Storytelling) e Chiara Palumbo con la supervisione di Federica Fantozzi. Una collaborazione che si estende a una collana sulla proprietà intellettuale con la casa editrice The Skill Press e a una qualificata serie di webinar curati da Aippi con The Skill in veste di communication partner. «La nostra soddisfazione è grande – sottolinea **Camaiora**, Ceo di The Skill – per affiancare un'associazione prestigiosa, che può vantare nel suo passato illustri aderenti e rappresentanti, penso su tutti ai professori Ubertazzi e Sena e all'avvocato Gianni Agnelli, cui ci sentiamo accomunati dall'obiettivo della tutela della proprietà intellettuale che, secondo i più moderni orientamenti, è limitativo considerare assicurata attraverso un esclusivo esercizio giurisprudenziale, ma che richiede invece uno sforzo di comunicazione e sensibilizzazione costante e strategica dell'opinione pubblica». Nella foto in allegato, da sinistra a destra: Dario Tasca, Federica Fantozzi, Giovanni Cioffi

Professione e Mercato 04 Febbraio 2021

Comunicazione e proprietà intellettuale, Aippi sceglie The Skill

In breve

Aippi – associazione che a livello internazionale riunisce gli esperti di proprietà intellettuale – ha scelto in Italia per sviluppare un progetto di brand storytelling ed enforcement lo studio di comunicazione The Skill, specializzato in litigation pr, crisis management, comunicazione legale, brand storytelling, reputation e comunicazione finalizzata alla compliance.

Aippi – associazione che a livello internazionale riunisce gli esperti di proprietà intellettuale ha scelto in Italia per sviluppare un progetto di brand storytelling ed enforcement lo studio di comunicazione The Skill, specializzato in litigation pr, crisis management, comunicazione legale, brand storytelling, reputation e comunicazione finalizzata alla compliance. In particolare, l'associazione guidata in Italia dalla presidente Paolina Testa e dagli avvocati Cristiano Bacchini, Simona Lavagnini, Giulio Enrico Sironi, Alessandro Masetti Zannini de Concina, Antonio Bana, Jacopo De Benedetti, Cesare Galli, Enrico Gatti, Bianca Manuela Gutierrez, Gianni Pancot, Davide Petraz, Mario Pisapia, Maria Teresa Saguatti, Stefano Vatti e Alessandra Vitagliano ha richiesto un progetto di comunicazione strategica capace di sfruttare le nuove tecnologie e le più moderne tecniche di veicolazione delle informazioni per sviluppare una conoscenza più ampia di Aippi e promuovere iniziative a tutela della proprietà intellettuale e delle sue più recenti e significative innovazioni in ambito giuridico. Allo scopo, The Skill, punto di riferimento nel mercato della comunicazione nel settore legale e professionale, ha costituito un team di progetto che è stato affidato a Dario Tasca, Giovanni Cioffi (Head of Brand Storytelling) e Chiara Palumbo con la supervisione di Federica Fantozzi. Una collaborazione che si estende a una collana sulla proprietà intellettuale con la casa editrice The Skill Press e a una qualificata serie di webinar curati da Aippi con The Skill in veste di communication partner. «La nostra soddisfazione è grande – sottolinea Camaiora, Ceo di The Skill – per affiancare un'associazione prestigiosa, che può vantare nel suo passato illustri aderenti e rappresentanti, penso su tutti ai professori Ubertazzi e Sena e all'avvocato Gianni Agnelli, cui ci sentiamo accomunati dall'obiettivo della tutela della proprietà intellettuale che, secondo i più moderni orientamenti, è limitativo considerare assicurata attraverso un esclusivo esercizio giurisprudenziale, ma che richiede invece uno sforzo di comunicazione e sensibilizzazione costante e strategica dell'opinione pubblica». Nella foto in allegato, da sinistra a destra: Dario Tasca, Federica Fantozzi, Giovanni Cioffi

Il Sole 24 ORE aderisce a  The Trust Project

P.I. 00777910159 | © Copyright Il Sole 24 Ore Tutti i diritti riservati

Vaccini, scatta l'allarme fake e deep web

In vendita online vaccini di dubbia provenienza a 300 dollari, ma anche certificati di negatività al Covid. Il convegno organizzato da The Skill

5 FEBBRAIO 2021



DI STEFANO FOSSI

NEWS



La grande corsa verso il vaccino procede con il suo carico di speranze, tra accelerazioni e repentine frenate. Ma sul dark web sono tanti quelli che cercano una scorciatoia, acquistando vaccini non certificati, non approvati dalle autorità internazionali di cui è impossibile conoscere la provenienza, il contenuto e le modalità di conservazione.

“In questo momento storico la proliferazione di truffe sui vaccini nel dark web è un pericolo concreto” spiega Antonio Bana, avvocato penalista, esperto di contraffazione e di difesa delle proprietà intellettuali, intervenendo al convegno online “Vaccini. Sicurezza e trasparenza delle procedure – Comunicazione – Distribuzione – Contraffazione”, promosso dal Gruppo The Skill. “La contraffazione dei medicinali c’è sempre stata, è un crimine la cui gravità è enorme perché va a impattare sulla salute pubblica. Ricorderete cosa è successo nella vendita online di mascherine, di gel, di mascherine che venivano vendute nel marzo scorso a prezzi esorbitanti, fino a 150 euro. Sui vaccini è scattato un allarme dell’Interpol sui rischi di truffe, anche perché era partita una caccia a carpire i nomi a dominio. Oggi nel dark web ci sono vaccini contraffatti in vendita a 250-300 dollari, con domini trappola, di provenienza spesso asiatica. Giorni fa c’è stato un sequestro nella Chinatown milanese, 64mila capsule di farmaci per l’influenza testati in Cina nel trattamento per il Coronavirus, farmaci che chiaramente non hanno avuto l’autorizzazione dell’Aifa. In Rete si trovano test negativi falsi, usati soprattutto da chi viaggia, venduti per 40 dollari, ma anche a cifre di molto superiori. Il procedimento nato a Milano sulle mascherine contraffatte dovrebbe presto arrivare a conclusione. Il tema della proprietà intellettuale e delle licenze in questa fase è fondamentale, ne va dell’efficacia, della sicurezza e della qualità dei medicinali. Non dobbiamo lasciare che un comune cittadino possa cadere nei mercati trappola del dark web”.

Il convegno, moderato da Andrea Camaiora Ceo di The Skill - gruppo specializzato in crisis management, brand storytelling e comunicazione trasparente, e attivo anche nel settore Health & Pharma - ha toccato molti aspetti di un dibattito pubblico comprensibilmente viziato dal carico di attese e aspettative. Una domanda è risuonata spesso in queste settimane, a fronte delle difficoltà nella distribuzione. "Il vaccino? Ma perché non ce lo produciamo da soli?". Naturalmente, come ha spiegato Massimo Scaccabarozzi, presidente di Farmindustria, questo obiettivo è tutt'altro che semplice. "Il vaccino è un prodotto complesso, frutto di un processo di ricerca e produzione. Per fare un vaccino servono i bioreattori che in Italia hanno in pochi, queste macchine una volta attivate sono in grado di produrre il vaccino in quattro o sei mesi". Insomma a differenza di quello che credono in molti, prodursi un vaccino non è così semplice. "Quello che ci resta da fare – aggiunge ancora il presidente di Farmindustria – è dotarci di una buona organizzazione". Eppure, rimanendo sul tema approvvigionamenti c'è da esser chiari. "La Commissione è stata un po' naïve, ha stipulato un gentlemen's agreement con le case farmaceutiche approvando solo clausole non stringenti – ha affermato la professoressa Nicoletta Parisi già consigliere ANAC, docente Università Cattolica del Sacro Cuore) - l'Ue non ha tenuto il coltello dalla parte del manico, si è fatta guidare dall'emergenza". E mentre pensiamo ai vaccini c'è già chi punta a mettere le mani sul business più redditizio: la loro distribuzione, oltre che sui fondi europei per la ripartenza, il monito arriva sempre dalla professoressa Parisi: "La criminalità organizzata è già pronta a colpire, l'Ue è attrezzata per scovare le infiltrazioni, l'Italia è indietro per colpa della giustizia intasata". Sullo sfondo il convitato di pietra della lotta alla pandemia: una comunicazione schizofrenica "del tutto inefficace in questo momento in cui serve chiarezza. Chiarezza fondamentale per trovare anche un equilibrio tra responsabilità pubblica e privata" ha spiegato Andrea Morbelli, direttore Public Affairs Open Gate. "Dobbiamo continuare a far leva sul nostro sistema Italia – ha chiuso il dibattito Sergio Fontana, presidente di Confindustria Puglia – Farmindustria ha dimostrato di essere in grado di difendersi dalle truffe. Il nostro Paese, quando vuole, funziona".



Economy Group srl - Piazza Borromeo 1 - 20123 Milano Powered by Miles 33

Vaccini, scatta l'allarme fake e deep web

In vendita online vaccini di dubbia provenienza a 300 dollari, ma anche certificati di negatività al Covid. Il convegno organizzato da The Skill

5 FEBBRAIO 2021



DI STEFANO FOSSI

NEWS



La grande corsa verso il vaccino procede con il suo carico di speranze, tra accelerazioni e repentine frenate. Ma sul dark web sono tanti quelli che cercano una scorciatoia, acquistando vaccini non certificati, non approvati dalle autorità internazionali di cui è impossibile conoscere la provenienza, il contenuto e le modalità di conservazione.

“In questo momento storico la proliferazione di truffe sui vaccini nel dark web è un pericolo concreto” spiega Antonio Bana, avvocato penalista, esperto di contraffazione e di difesa delle proprietà intellettuale, intervenendo al convegno online “Vaccini. Sicurezza e trasparenza delle procedure – Comunicazione – Distribuzione – Contraffazione”, promosso dal Gruppo The Skill. “La contraffazione dei medicinali c’è sempre stata, è un crimine la cui gravità è enorme perché va a impattare sulla salute pubblica. Ricorderete cosa è successo nella vendita online di mascherine, di gel, di mascherine che venivano vendute nel marzo scorso a prezzi esorbitanti, fino a 150 euro. Sui vaccini è scattato un allarme dell’Interpol sui rischi di truffe, anche perché era partita una caccia a carpire i nomi a dominio. Oggi nel dark web ci sono vaccini contraffatti in vendita a 250-300 dollari, con domini trappola, di provenienza spesso asiatica. Giorni fa c’è stato un sequestro nella Chinatown milanese, 64 mila capsule di farmaci per l’influenza testati in Cina nel trattamento per il Coronavirus, farmaci che chiaramente non hanno avuto l’autorizzazione dell’Aifa. In Rete si trovano test negativi falsi, usati soprattutto da chi viaggia, venduti per 40 dollari, ma anche a cifre di molto superiori. Il procedimento

nato a Milano sulle mascherine contraffatte dovrebbe presto arrivare a conclusione. Il tema della proprietà intellettuale e delle licenze in questa fase è fondamentale, ne va dell'efficacia, della sicurezza e della qualità dei medicinali. Non dobbiamo lasciare che un comune cittadino possa cadere nei mercati trappola del dark web”.

Il convegno, moderato da Andrea Camaiora Ceo di The Skill - gruppo specializzato in crisis management, brand storytelling e comunicazione trasparente, e attivo anche nel settore Health & Pharma - ha toccato molti aspetti di un dibattito pubblico comprensibilmente viziato dal carico di attese e aspettative. Una domanda è risuonata spesso in queste settimane, a fronte delle difficoltà nella distribuzione. “Il vaccino? Ma perché non ce lo produciamo da soli?”. Naturalmente, come ha spiegato Massimo Scaccabarozzi, presidente di Farindustria, questo obiettivo è tutt'altro che semplice. “Il vaccino è un prodotto complesso, frutto di un processo di ricerca e produzione. Per fare un vaccino servono i bioreattori che in Italia hanno in pochi, queste macchine una volta attivate sono in grado di produrre il vaccino in quattro o sei mesi”. Insomma a differenza di quello che credono in molti, prodursi un vaccino non è così semplice. “Quello che ci resta da fare – aggiunge ancora il presidente di Farindustria – è dotarci di una buona organizzazione”. Eppure, rimanendo sul tema approvvigionamenti c'è da esser chiari. “La Commissione è stata un po' naïve, ha stipulato un gentlemen's agreement con le case farmaceutiche approvando solo clausole non stringenti – ha affermato la professoressa Nicoletta Parisi già consigliere ANAC, docente Università Cattolica del Sacro Cuore) - l'Ue non ha tenuto il coltello dalla parte del manico, si è fatta guidare dall'emergenza”. E mentre pensiamo ai vaccini c'è già chi punta a mettere le mani sul business più redditizio: la loro distribuzione, oltre che sui fondi europei per la ripartenza, il monito arriva sempre dalla professoressa Parisi: “La criminalità organizzata è già pronta a colpire, l'Ue è attrezzata per scovare le infiltrazioni, l'Italia è indietro per colpa della giustizia intasata”. Sullo sfondo il invitato di pietra della lotta alla pandemia: una comunicazione schizofrenica “del tutto inefficace in questo momento in cui serve chiarezza. Chiarezza fondamentale per trovare anche un equilibrio tra responsabilità pubblica e privata” ha spiegato Andrea Morbelli, direttore Public Affairs Open Gate. “Dobbiamo continuare a far leva sul nostro sistema Italia – ha chiuso il dibattito Sergio Fontana, presidente di Confindustria Puglia – Farindustria ha dimostrato di essere in grado di difendersi dalle truffe. Il nostro Paese, quando vuole, funziona”.



Economy Group srl - Piazza Borromeo 1 - 20123 Milano Powered by Miles 33



THE SKILL CONTINUA A INVESTIRE NEI PODCAST CON 4 NUOVI FORMAT



La figura di Bettino Craxi è al centro della prima puntata del nuovo format "Skill Tales"

Skill On Air, canale di podcasting del Gruppo The Skill che da due anni dedica spazio al parere di figure di elevata competenza (professionisti, manager, docenti universitari) su alcuni temi dell'agenda economica, politica, sociale e culturale italiana e straniera, si rinnova. Moltiplica, infatti, l'offerta fino a **quattro nuovi format**, affidandosi a **Gianfranco Valenti**, già autore e conduttore Radio Rai, entrato nel team guidato da **Andrea Camaiora** con il ruolo di **Head of Creative solutions & Social networking**.

Leggi anche: [THE SKILL, 2020 A +52%. INTERVISTA A ANDREA CAMAIORA](#)

Nascono così Skill Pro (le voci dei professionisti dell'universo legale e dell'impresa), Skill Easy (il podcast dedicato all'infotainment di ieri e di oggi), Skill Rock (le storie di uomini e donne di successo) e Skill Tales (narratori d'eccezione raccontano il Paese attraverso personalità straordinarie).

Proprio la prima stagione di Skill Tales si apre oggi, 19 gennaio, con il primo episodio de "Il Palazzo velato": otto ritratti dedicati a otto diversi presidenti del consiglio. A raccontare luci e ombre degli ultimi 40 anni di Palazzo Chigi è **Mario Nanni**, figura iconica del giornalismo



Nel primo podcast, "Bettino Craxi, il modern 21/01/2021

osannato e invidiato, poi spodestato e vilipeso, oggi in gran parte riabilitato o rimpianto. Arrivò a Palazzo in sella a un partito, quello socialista, che era sceso al 9,6% dei consensi, per cui - come recita il racconto di Nanni - "dovette studiare una strategia di sopravvivenza e di rilancio".

L'affascinante epopea di Craxi viene illustrata passando dal patto di potere con Forlani e Andreotti ai fatti di Tangentopoli, sino al duro esilio di Hammamet. "Esule o latitante? Statista o capro espiatorio?", domande perenni presenti all'interno del podcast, domande che attendono il corso della storia per trovare risposte.

Di prossima pubblicazione altri episodi sugli inquilini di Palazzo Chigi: oltre all'approfondimento di alcune figure tecniche, come **Mario Monti**, o tecnico-politiche, come **Giuliano Amato**, Mario Nanni ricostruisce - ad esempio - le vicende politiche di Romano Prodi, "il professore prestato alla politica che vinceva le elezioni, ma che non riusciva a governare" e Silvio Berlusconi, "l'imprenditore che voleva cambiare l'Italia e fare la rivoluzione liberale".

Il canale Skill On Air, disponibile sulle piattaforme Apple Podcast, Spotify e Spreaker, è arricchito da una nuova sigla, "Non è musica", scritta e interpretata da Fabio Garzia, in arte Mustrow, artista romano che ha già al suo attivo collaborazioni con diversi protagonisti della nostra canzone, tra cui Noemi, Fiordaliso, Marracash, Elisa e Carl Brave.

SCOPRI ALTRI CONTENUTI SU

| Andrea Camaiora | podcast | The Skill |

ARTICOLI CORRELATI

AGENZIE



Meneghini & Associati acquisisce Drawlight e punta a +15% fatturato nel 2021

AGENZIE



Archetipo amplia il portfolio clienti: nuove acquisizioni in ambito eCommerce, B2b e Travel



Professione e Mercato 10 Marzo 2021

Lexout sceglie The Skill

In breve

The Skill, la squadra di Andrea Camaiora specializzata in Litigation pr, Brand storytelling, Comunicazione legale, Reputation e Comunicazione trasparente, si conferma affermato punto di riferimento nel settore professionale e legale ed è stata scelta da Lexout per il lancio del nuovo brand sul mercato, con una campagna di comunicazione strategica finalizzata alla costruzione e al consolidamento dell'immagine della startup.

The Skill, la squadra di Andrea Camaiora specializzata in Litigation pr, Brand storytelling, Comunicazione legale, Reputation e Comunicazione trasparente, si conferma affermato punto di riferimento nel settore professionale e legale ed è stata scelta da Lexout per il lancio del nuovo brand sul mercato, con una campagna di comunicazione strategica finalizzata alla costruzione e al consolidamento dell'immagine della startup.

Lexout è una nuova realtà del panorama dei servizi professionali che offre in outsourcing supporto specialistico alle imprese nei settori Compliance, Health & Safety, Environment e HR, coniugando elevate qualità professionali a processi tecnologici e digitali innovativi, dall'intelligenza artificiale al machine learning. La società ha costituito un Advisory Board guidato da parte Francesco Bruno, Founding Partner di B – Società tra Avvocati e Ordinario di Diritto ambientale e alimentare, Matteo Benozzo, anch'esso fondatore con Bruno dello Studio B – Società tra Avvocati e docente di Diritto ambientale, Leopoldo Conforti (già General Counsel di Alitalia e Anas) e Gianluca Cattani (partner dello studio Delfino Willkie Farr & Gallagher).

Il team manageriale della società è invece composto da Massimiliano Zannetti (già director in EY, esperto in CFO services), General manager e CFO, Lorenzo Tucci (già director in EY, esperto in business transformation, digital e CFO services), Sales director, Francesca Francucci (esperta in HR, ex Senior manager human capital in Willis Towers Watson, Mercer e Deloitte), Direttore risorse umane e della business unit HR, e Carolina Conforti (esperta di Diritto commerciale e del lavoro), Responsabile della divisione legal support & compliance.

Per supportare Lexout, Camaiora ha costituito due team di progetto. Il primo, finalizzato a brand identity e brand telling, affidato a Giovanni Cioffi (Head of Brand Storytelling e Reputation) con il supporto di Chiara Odierna; il secondo affidato a Dario Tasca (Coordinatore dell'Area Comunicazione legale) con il supporto di Chiara Palumbo.

Nella foto in allegato, da sinistra a destra: Andrea Camaiora e Francesco Bruno

Il Sole 24 ORE aderisce a  The Trust Project

P.I. 00777910159 | © Copyright Il Sole 24 Ore Tutti i diritti riservati

Professione e Mercato

Con due Advisor economico finanziari The Skill rafforza il team

11 Marzo 2021

-

Piani di ristrutturazione, strategie di rilancio, crisi d'impresa, fisco, mercati finanziari, protocolli di compliance ed efficienza, gestione e controllo dei conti societari: i temi a sfondo economico che The Skill è frequentemente chiamato a comunicare sono svariati ed eterogenei per provenienza – dal settore legale a quello corporate – e approccio, sempre interdisciplinare e trasversale.

Piani di ristrutturazione, strategie di rilancio, crisi d'impresa, fisco, mercati finanziari, protocolli di compliance ed efficienza, gestione e controllo dei conti societari: i temi a sfondo economico che The Skill è frequentemente chiamato a comunicare sono svariati ed eterogenei per provenienza – dal settore legale a quello corporate – e approccio, sempre interdisciplinare e trasversale.

Per questa ragione, lo Studio di comunicazione fondato da Andrea Camaiora che fa dell'approfondimento e dell'analisi dei casi le proprie cifre caratteristiche decide di ampliare il team con l'ingresso di Andrea Di Mise nel ruolo di Business e Tax Advisor e Andrea Palmas quale Financial Advisor.

Di Mise si è laureato in Economia e Commercio all'Università degli Studi di Bari «A. Moro» ed è iscritto all'Ordine dei Commercialisti e al Registro dei Revisori dei Conti. Ha svolto per diverse aziende ed enti pubblici le attività di controller e componente dell'Organismo Indipendente di Valutazione, con compiti di analisi e verifica delle performance della struttura amministrativa e di monitoraggio del funzionamento del sistema e della sua trasparenza. Ha affiancato e affianca società con consulenze su andamento economico finanziario, contabilità analitica e del personale e dei corrispondenti riflessi sui profili di efficienza aziendali.

Andrea Palmas, formazione in Economia e Commercio e studioso di econo-fisica, porta in The Skill dieci anni di esperienza da consulente finanziario, iniziata con Alleanza Assicurazioni e proseguita, dopo la necessaria specializzazione, in Fineco.

Tra i più giovani consulenti in Italia di Banca Generali, Palmas è esperto in servizi fiduciari, passaggio generazionale, mercati finanziari sotto il profilo dei modelli fisici e investimenti ESG.

«Con l'arrivo di Palmas e Di Mise – sottolinea Andrea Camaiora – The Skill perfeziona ulteriormente competenze ed expertise già presenti nel team, per un'offerta completa e integrata che possa assistere il Cliente – sia Azienda, Organizzazione, Studio legale, Ente pubblico – in tutte le fasi, ordinarie e straordinarie».

Nella foto in allegato, da sinistra a destra, Andrea Palmas e Andrea Di Mise

Professione e Mercato

"Whistleblowing", seminario con magistrati, comunicatori e avvocati

19 Aprile 2021

Oggi alle 15 sulla piattaforma Zoom

Con la Legge 179/2017 sono entrate in vigore nuove forme di tutela nel settore privatistico in materia di "*whistleblowing*" (segnalazione illeciti), che integrano quella già presente in ambito pubblico e con cui si è provveduto a modificare la struttura del precedente D.Lgs 231/2001, per consentire all'Autorità Nazionale Anticorruzione di esercitare il potere sanzionatorio in modo più efficiente. La normativa, però, interessa solo le società che hanno adottato il Modello 231 e, inoltre, le condotte segnalabili sono solo quelle che integrano i reati previsti dal D.Lgs. 231/2001, comportando, così, l'esclusione dei reati previdenziali e tributari.

Il sistema di tutela protegge significativamente il whistleblower contro possibili ritorsioni, ma non sembra offrire altrettante garanzie a favore di chi sia ingiustamente accusato.

La nullità, senza limiti di tempo, di tutti gli atti pregiudizievoli per l'accusante potrebbe portare a situazioni paradossali.

È per esaminare tali profili che lo Studio di Comunicazione The Skill, specializzato in Comunicazione legale, Litigation pr, Crisis Management, Reputation e Comunicazione trasparente finalizzata alla Compliance, e l'Associazione Italiana Trasparenza e Anticorruzione (AITRA) presentano il webinar dal titolo «"*Whistleblowing*": gestione, criticità, opportunità», in programma per lunedì 19 aprile alle 15 sulla piattaforma Zoom.

Tra i relatori **Matteo Benozzo** (Founding Partner di B – Società tra Avvocati e Professore di Diritto ambientale e alimentare), **Andrea Camaiora** (CEO & Founder di The Skill, Docente di Comunicazione trasparente al Master Anticorruzione dell'Università degli Studi di Roma Due "Tor Vergata"), **Manfredi De Vita** (Of Counsel presso PwC TLS Avvocati e Commercialisti), **Enrico Di Fiorino** (Partner dello Studio Legale Fornari e Associati e Docente al Master Avvocato d'Affari e al Master Reati Economici, Societari e dei Mercati Finanziari della 24ORE Business School), **Pasquale Fimiani**, (Sostituto Procuratore Generale presso la Corte di Cassazione), **Adelia Lucattini** (psichiatra e psicoanalista della Società Psicoanalitica Italiana – SPI), **Cosimo Pacciolla** (Legal Manager, Compliance Officer Antitrust & Whistleblowing di Q8 Italia, Docente al Master "Diritto d'Impresa" della LUISS "Guido Carli" di Roma e al Master "Caratterizzazione e Tecnologie dei siti inquinati" dell'Università "La Sapienza" di Roma), **Guido Scorza** (membro del Collegio del Garante per la Protezione dei Dati Personali – GPDP, Presidente dell'Istituto per le Politiche dell'Innovazione, Docente al Master in Diritto delle Nuove Tecnologie e Informatica Giuridica presso l'Università degli

Studi di Bologna e al Master in Responsabile della Protezione dei Dati Personali presso l'Università degli Studi di Roma Tre) ed **Enrico Maria Terenzio** (Partner dello Studio Legale Terenzio, Docente di Scienze Applicate del Lavoro e della Previdenza Sociale e di Diritto dell'Ambiente presso l'Università "La Sapienza" di Roma).

È possibile partecipare scrivendo all'indirizzo legal@theskill.eu

Il Sole 24 ORE aderisce a  The Trust Project

P.I. 00777910159 | © Copyright Il Sole 24 Ore Tutti i diritti riservati



Le luci e le ombre del whistleblowing



Di Stefano Fossi | 06/05/2021 - [Verde e blu](#)

Un webinar fa il punto sulle modifiche alla norma, entrate in vigore ormai da oltre tre anni, e sul difficile equilibrio tra contrasto alla corruzione, segretezza e necessità di verifica delle denunce

Uno strumento di contrasto alla corruzione, un ombrello o una rete di protezione contro possibili ritorsioni, un incentivo a superare la paura della denuncia.

Il dibattito sul whistleblowing, il meccanismo interno alle aziende pubbliche e private che facilita l'emersione di presunti illeciti e consente a chiunque abbia notizia di irregolarità di comunicarle immediatamente all'azienda senza correre il rischio di intimidazioni, prosegue ormai da anni. Se la prima normativa sul whistleblowing risale all'inizio del Duemila, con la Legge 179/2017 sono entrate in vigore nuove forme di tutela nel settore privatistico in materia di "whistleblowing", che integrano quella già presente in ambito pubblico e con cui si è provveduto a modificare la struttura del precedente D.Lgs 231/2001, per consentire all'Autorità Nazionale Anticorruzione di esercitare il potere sanzionatorio in modo più efficiente.

La normativa, però, interessa solo le società che hanno adottato il Modello 231 e inoltre le condotte segnalabili sono solo quelle che integrano i reati previsti dal D.Lgs. 231/2001, comportando, così, l'esclusione dei reati previdenziali e tributari. Il sistema di tutela protegge significativamente il whistleblower contro possibili ritorsioni, ma non sembra offrire altrettante garanzie a favore di chi sia ingiustamente accusato. La nullità, senza limiti di tempo, di tutti gli atti pregiudizievoli per l'accusante potrebbe portare a situazioni paradossali.

Un confronto sull'applicazione della legge è stato organizzato dallo Studio di Comunicazione The Skill in un webinar dal titolo «“Whistleblowing”: gestione, criticità, opportunità». Una riflessione a più voci a cui hanno contribuito **Matteo Benozzo** (Founding Partner di B – Società tra Avvocati), **Andrea Camaiora** (Ceo & Founder di The Skill), **Manfredi De Vita** (Of Counsel presso PwC TLS Avvocati e Commercialisti), **Enrico Di Fiorino** (Partner dello Studio Legale Fornari e Associati), **Pasquale Fimiani** (Sostituto Procuratore Generale presso la Corte di Cassazione), **Adelia Lucattini** (psichiatra), **Cosimo Pacciolla** (Legal Manager, Compliance Officer Antitrust & Whistleblowing di Q8 Italia.), **Guido Scorza** (membro del Collegio del Garante per la Protezione dei Dati Personali) ed **Enrico Maria Terenzio** (Partner dello Studio Legale Terenzio). “Un'azienda che fa lo sforzo di adottare tutte le misure possibili per rendere efficace il whistleblowing deve comunicare questo sforzo all'esterno – ha spiegato Andrea Camaiora, Ceo di The Skill, analizzando i risvolti comunicativi della norma – sia per informare al meglio sullo strumento a disposizione, sia per poter rivendicare questa scelta nel momento in cui dovesse balzare agli onori della cronaca qualsiasi notizia di presunti illeciti. Di più: la notizia deve partire dall'azienda stessa. In questo modo è l'impresa che ‘governa’ le informazioni e guadagna in credibilità rispetto ai media”.

Tuttavia restano ancora molti dubbi, tra i giuristi, sulla vera efficacia del whistleblowing. A segnalarli è Cosimo Pacciolla che per facilitare la comprensione fa un salto indietro di 2500 anni nell'Antica Grecia: “Durante l'elaborazione di una tesi di laurea di una mia alunna ho cominciato ad andare indietro nel tempo per cercare l'origine di quello che noi oggi chiamiamo il whistleblowing e mi sono imbattuto nei ‘sicofanti’ – spiega – che facevano parte dell'ordinamento giuridico ateniese ed erano considerati un punto di riferimento perché segnalavano e denunciavano ipotesi di illecito e per questo venivano premiati – aggiunge ancora Pacciolla. – Nascono come paladini della giustizia ma successivamente cadono in una ‘patologia’ trasformandosi in calunniatori professionisti e finendo per diventare punto di riferimento critico di arroganza”. Per evitare che in questa deriva incorra anche il whistleblowing, secondo Pacciolla “serve riconoscere l'importanza del mediatore culturale che ci accompagna in ciascuno degli elementi che compongono la complessità”. A entrare nel merito giuridico delle segnalazioni è stato Matteo Benozzo: “La disciplina del whistleblowing nasce nel mondo anglosassone, il primo esempio si trova negli Stati Uniti della Guerra di Secessione e riconosce una ricompensa al denunciante su comportamenti scorretti tenuti durante il conflitto. Si struttura, poi, nel '900 prima in Usa e poi in Uk. In Italia arriva con la Legge 190 del 2012, che rafforza l'anticorruzione e riconosce la disciplina nel Testo Unico sul pubblico impiego per proteggere chi segnala cose illecite. La legge si è amplificata e vive oggi l'attuale assetto con la 179 del 2017 che, oltre a riscrivere l'articolo sui dipendenti pubblici, ha esteso l'applicazione del whistleblowing anche agli enti privati”.

Il punto centrale della legge è l'anonimato o la segretezza di cui deve godere chi segnala un presunto illecito. “Chi segnala – spiega Benozzo – non può essere oggetto di sanzioni discriminatorie. Se nell'immediatezza della segnalazione si interviene con un cambio di mansioni, l'onere della prova, cioè la dimostrazione che quel cambio di mansioni si fa a fini organizzati e non per ritorsione, spetta all'azienda. È il datore di lavoro che deve dimostrare che la decisione di cambiare mansione al segnalante non è motivata o non ha nulla a che fare con la sua segnalazione”. Inoltre, spiega sempre Benozzo, la disciplina del whistleblowing non appartiene solo al dipendente ma anche ai lavoratori autonomi, ai componenti del Cda o delle commissioni di vigilanza anche senza incarichi particolari e si estende a volontari e tirocinanti, ai facilitatori della segnalazione, ai familiari e colleghi, fino ai soggetti giuridici cui il singolo lavoratore segnalante appartiene direttamente o indirettamente. Ma come interviene l'autorità nel caso in cui non si adotti in modo corretto la 231? “Le sanzioni non sono il migliore degli strumenti educativi ma sono una sconfitta – spiega Guido Scorza – vuol dire che non abbiamo orientato il mercato nella direzione giusta e in questo senso il whistleblowing è un caso esemplare di bilanciamento tra diritti e interessi alla segretezza, che è il cuore dell'Autorità Garante della Privacy. Non c'è dubbio che il segnalante ha diritto alla segretezza, che non significa semplicemente oscurarne il nome, ma rendere inaccessibile qualsiasi altro tentativo di rintracciarne l'identità, anche in via telematica”.

Che cosa rischia l'anonimo? A tracciare i confini civilisti e penalisti della fonte nascosta di una denuncia di illecito è Enrico Di Fiorino: “Sappiamo bene la fine che fanno nelle procure le denunce anonime, vengono messe da parte perché non sono specifiche, quindi attenzione all'anonimato. Serve riservatezza a tutti gli effetti ma affinché la denuncia segua il suo corso è necessario poter fare delle verifiche”. Non è meno importante da affrontare anche l'aspetto psicologico legato al whistleblowing. “Le aziende dovrebbero fare molta attenzione non solo a chi denuncia ma anche a quanto si denuncia” afferma Adelia Lucattini. “Un'azienda che produce troppe segnalazioni può presupporre che i dipendenti siano in una delicatissima fase di burnout, insofferenza critica nei confronti di tutti che però non porta ad alcun risultato. L'azienda in cui si segnala troppo poco, invece, dovrebbe fare una riflessione interna circa la sfiducia che il personale potrebbe nutrire in merito sia alla segretezza delle informazioni che potrebbero circolare sia nella possibilità che la denuncia possa servire effettivamente a qualcosa” spiega ancora la psichiatra. “Altro fattore da valutare è la tipologia di persona che denuncia, non è detto che tutti si trovino in un equilibrio psicofisico ottimale; ci sono anche depressi e persone con disturbi pesanti, come per esempio chi ha manie persecutorie che spesso finisce con il denunciare molto frequentemente sempre lo stesso fatto e sempre le stesse persone”.

Condividi tramite



SOTTOSCRIVI SUBITO UN ABBONAMENTO A FORMICHE PLUS

Il mondo di Formiche dove e quando vuoi

ABBONATI SUBITO

Professione e Mercato

Tutela reputazionale, The Skill e NCTM al fianco di Euro&Promos

21 Maggio 2021

L'attività di tutela reputazionale sarà invece svolta attraverso un'offerta integrata tra The Skill e NCTM mediante il team presente all'interno dello Studio legale, precipuamente dedicato a Media & Reputation e coordinato dall'equity partner Gianluca Massimei, tra i massimi esperti del settore, e la struttura guidata da Andrea Camaiora, coadiuvato in proposito dal Senior Advisor Mario Nanni.



Euro&Promos Facility Management S.p.A., società multiservizi con sede centrale a Udine e svariate filiali sparse in tutto il territorio nazionale, attiva nei settori del cleaning e della logistica di magazzino, nelle manutenzioni industriali e meccaniche, ha scelto lo Studio di comunicazione The Skill, specializzato in Reputation management, Litigation pr, Crisis e Comunicazione strategica, per un progetto di brand enforcement e di tutela reputazionale. Le attività di Brand storytelling ed enforcement saranno realizzate da un team coordinato dal responsabile dell'Area Nord est di The Skill, Lorenzo Munegato, affiancato da Fabrizio de Feo (Head of Media relations) e Roberta Polese. L'attività di tutela reputazionale sarà invece svolta attraverso un'offerta integrata tra The Skill e NCTM mediante il team presente all'interno dello Studio legale, precipuamente dedicato a Media & Reputation e coordinato dall'equity partner Gianluca Massimei, tra i massimi esperti del settore, e la struttura guidata da Andrea Camaiora, coadiuvato in proposito dal Senior Advisor Mario Nanni. «Sono particolarmente lieto di collaborare con The Skill ed il prof. Andrea Camaiora – spiega l'avvocato Massimei –. Ritengo, infatti, fondamentale l'integrazione delle differenti expertise di Avvocati e Consulenti di Comunicazione ogni volta che si affrontano tematiche che implicano la tutela reputazionale di imprese e persone fisiche».

Per Camaiora: «La collaborazione fattiva con un professionista autenticamente esperto in questo ramo quale l'avvocato Gianluca Massimei conferma concretamente l'evoluzione interdisciplinare della tutela reputazionale».



Giallo
Zafferano

ADV

AGENZIE

03/06/2021

di Cristina Oliva

LO STUDIO LEGALE LEGALITAX SCEGLIE THE SKILL PER LA COMUNICAZIONE



Valerio Carletti, Dario Tasca e Chiara Palumbo, parte del team di Comunicazione legale di The Skill



Ascolta questo articolo ora...



Legalitax – Studio Legale e Tributario con sedi a Roma, Padova, Milano e Verona – **ha scelto The Skill per sviluppare la propria comunicazione strategica** nell'ambito di un **percorso di brand enforcement**. Lo Studio di comunicazione del Gruppo The Skill con sedi a Roma, Milano e Padova, allarga così il proprio ventaglio nel settore legale e professionale con un'altra law firm tra le prime 50 per fatturato.

L'expertise maturato dal team di The Skill – oggi coordinato da Dario Tasca, con la supervisione di Federica Fantozzi – ha convinto il board di Legalitax, che nel 2020 ha superato i 15 milioni di euro di fatturato con oltre 60 professionisti impiegati.

Leggi anche: [TUTELA REPUTAZIONALE, THE SKILL E NCTM AL FIANCO DI EURO&PROMOS](#)

Andrea Camaiora, Ceo di The Skill, sottolinea: «La scelta di puntare su di noi ci gratifica e sprona a dare il meglio, sempre tenendo fede all'impostazione sartoriale che ci caratterizza. Fin dal primo momento abbiamo apprezzato la sintonia con Andrea Rescigno, Laura Bellicini e Leonardo Ferri de Lazara che curano, tra gli altri, gli aspetti di Comunicazione in Legalitax».

Per **Dario Tasca**, «il 2021 rappresenta un anno chiave, sia per i risultati raggiunti che per le attese suscitate, che non intendiamo deludere».

Ecco Qualifier.it, la piattaforma sa-tech per la scelta dei partner digital



The Skill con Das-Generali per la tutela reputazionale

di Roberto Borghi

A causa della pandemia da Covid 19, cresce il timore dei liberi professionisti per il mancato pagamento delle fatture (64%), ma a preoccuparli sono anche i furti di identità informatica (41%) e l'eventuale esposizione mediatica a seguito di inchieste penali in cui potrebbero essere coinvolti (30%).



Andrea Camaïora

E' quanto emerge da uno studio commissionato da DAS, compagnia di Generali Italia specializzata nella tutela legale, per ascoltare le esigenze dei liberi professionisti e affiancarli nel nuovo scenario pandemico. Più contenuti i timori per l'aumento delle contestazioni fiscali-amministrative (14%), i possibili procedimenti penali per contagi da Covid (13,2%), la concorrenza sleale di un ex collaboratore (8,7%), o una vertenza di lavoro di un dipendente (6,9%).

“In questo contesto – osserva Roberto Grasso, director & general manager di DAS – abbiamo pensato a una copertura (‘DAS Professionista’) per le spese legali, peritali, investigative e processuali necessarie alla tutela del professionista e dei suoi collaboratori nella risoluzione amichevole di una controversia e per l’azione in giudizio. Abbiamo previsto garanzie di perdite pecuniarie che offrono rimborsi al verificarsi di specifici eventi nell’attività professionale e soprattutto il servizio di consulenza legale telefonica per ottenere pareri e chiarimenti tempestivi da un Avvocato specializzato in materia. Tra le principali novità, se l’assicurato deve difendersi in un procedimento penale, è prevista anche una tutela reputazionale in caso di processi mediatici, grazie alla partnership con The Skill, studio di comunicazione specializzato in questo settore”.

Nello studio commissionato da DAS, sono stati coinvolti 800 liberi professionisti che, da una parte, operano in aree di tipo tecnico (geometri, architetti, ingegneri, etc.) e dall’altra in aree economico, tributarie e giuridiche (commercialisti, consulenti del lavoro, etc.).

Secondo la ricerca di DAS, in caso di controversie, il 41,8% dei professionisti dell’area fiscale-giuridica si rivolge all’avvocato di fiducia dello studio e il 20,7% alle compagnie assicurative. Per quanto riguarda le professioni tecnico-scientifiche, il 35% si rivolge all’avvocato di fiducia dello studio, il 21,2% all’ordine professionale di appartenenza e il 18,2% alle assicurazioni.

Per quanto riguarda la spesa assicurativa media dei liberi professionisti è di 1.147€, le professioni economico-giuridiche spendono di più: 1.347 euro in media. Molti dei professionisti intervistati sottostimano i costi di un eventuale procedimento penale. Secondo il 42% del campione un penale che comprende parcella dell’avvocato, eventuali periti e spese giudiziarie costa tra i 5.000 e i 10.000 euro, il 39% stima un costo inferiore ai 5.000 euro, senza considerare gli ulteriori costi di danno e ripristino reputazionale che DAS, attraverso l’accordo con The Skill, offre in via esclusiva sul panorama nazionale ai propri assicurati.

“Si tratta di una novità importante – aggiunge Andrea Camaiora, Ceo di The Skill -. Per la prima volta, dopo anni di vite e carriere distrutte, da violente vicende mediatico giudiziarie, un autorevolissimo player del settore si preoccupa di dare effettiva copertura al danno reputazionale, fronte che richiede elevati livelli di specializzazione ed esperienza sul campo”.

Home > Milano > Il futuro della sanità lombarda al webinar di Sanità Futura e The Skill group

MILANO

A⁻ A⁺

Venerdì, 9 luglio 2021

Il futuro della sanità lombarda al webinar di Sanità Futura e The Skill group

Il presidente della Commissione Sanita' del Consiglio regionale lombardo Emanuele Monti al webinar di Fondazione Sanità Futura e The Skill group



Emanuele Monti

f t in F WhatsApp Email Print

€ 112

Il futuro della sanità lombarda al webinar di Fondazione Sanità Futura e The Skill group

In occasione del webinar promosso da Fondazione Sanità Futura e da The Skill Group, per la presentazione del panel "Qualità degli outcomes clinici negli ospedali - Confronto tra la Regione Lombardia e le altre Regioni" **Emanuele Monti**, Presidente della Commissione Sanita' del Consiglio regionale lombardo ha confermato che entro la fine del mese la Giunta approverà il progetto di riforma del servizio sanitario regionale, che verrà poi discusso in autunno per arrivare all'approvazione finale entro il 2021: "Un percorso dove non ci saranno stravolgimenti, ma che avvierà la terza fase del sistema pubblico-privato lombardo con uno sguardo al futuro e alle importanti opportunità di innovazione e

sviluppo che il PNRR consentirà".



Sponsorizzato da bellevetratescorrevoli.it

Presenti all'evento on-line anche **Gabriele Pelissero**, Presidente Fondazione Sanità Futura; **Dario Beretta**, Presidente AIOP Lombardia; **Giovanni Pavesi**, DG Welfare Regione Lombardia; **Carlo Signorelli**, Professore Ordinario di Igiene Università Vita – Salute San Raffaele; **Andrea Camaia**, CEO Gruppo The Skill.

“Lo studio sulle prestazioni delle sanità regionali in base ai dati Agenas mostra che la Lombardia, nel suo sistema integrato pubblico-privato, ha nell'80% dei casi esiti superiori alla media nazionale, seguita da Toscana ed Emilia Romagna – evidenza Monti. Il fatto che circa duecentomila persone vengano da altre regioni ogni anno a curarsi in Lombardia, apre a una riflessione nazionale”. Giovanni Pavesi, Direttore Generale Welfare di Regione Lombardia, ha sottolineato “la efficace sinergia in Lombardia tra pubblico e privato che rende imprescindibile tanto la conferma dell'integrazione sanitaria lombarda quanto lo sviluppo delle reti di offerta territoriali, in modo da poter dare spazio anche all'ospedalità privata per organizzare cure primarie e servizi sul territorio a fianco del pubblico”.

Nel corso del webinar, il Presidente Pelissero e il Prof. Signorelli hanno illustrato gli esiti della ricerca da cui emerge l'eccellenza del sistema pubblico-privato lombardo che registra i risultati migliori a cui contribuiscono la sanità pubblica, superiore del 62% rispetto alla media nazionale (26 indicatori su 42) e la sanità privata che ottiene una percentuale di qualità del 76% rispetto alla media nazionale (32 indicatori su 42).

raccomandato per te

Raccomandato da [Outbrain](#)

Sponsorizzato

Dazn, Infinity, Sport, Film e Serie TV per la famiglia GRATIS fino al 31/08.

Kena TIMVISION

raccomandato per te

Raccomandato da [Outbrain](#)



09.07.2021 15:00

BASTA CON I 'CASI TORTORA', ARRIVA LO SCUDO

Uno scudo contro la gogna mediatica. Basta con i 'casi Tortora', che umiliano e danneggiano persone che hanno costruito la loro vita sulla reputazione professionale: ora Das, prima compagnia di assicurazioni di tutela legale in Italia appartenente al gruppo Generali, aggiunge alla classica polizza di tutela per i professionisti uno scudo nei processi mediatico-giudiziari, scegliendo come partner lo studio di comunicazione The Skill, guidato da Andrea Camaiora, specializzato in litigation pr e crisis communication.



24 AGO 2021 10:18

Molti i vip accorsi a Monterosso per tributare gli onori al premiato, l'inviato di guerra del quotidiano Il Giornale, Fausto Biloslavo. Tra gli altri c'erano il presidente della giuria, il direttore della Verità, Maurizio Belpietro, poi l'ex assessore regionale alla Salute della Lombardia Giulio Gallera, passando dall'ex europarlamentare Vito Bonsignore al ceo del gruppo The Skill, Andrea **Camaiora**, al giornalista de Il Giornale, Stefano Zurlo, e senza dimenticare una nutrita pattuglia di consiglieri regionali ed esponenti politici vicini al governatore ligure Giovanni Toti, in testa il sindaco di La Spezia, Pierluigi Peracchini.



8 OTT 2021 12:22

SUMMIT NEL PAESE DI BADOGLIO

Ospiti insolitamente assortiti quelli che hanno animato nello scorso week-end il borgo piemontese che ha dato i natali al maresciallo d'Italia Pietro Badoglio, Grazzano.

Al 'Decamerone delle Idee' di The Skill Group, oltre a Ylenia Berardi e Andrea **Camaiora** (Ceo di The Skill), Valeria Cantoni Mamiani della Rovere e il celebre penalista Guido Carlo Alleva come padroni di casa della Tenuta Santa Caterina, ecco, tra gli altri, gli imprenditori lombardi Michele Nicchio (presidente Aiop Giovani) e Francesca Bertolo, il responsabile fiscale del partito di Carlo Calenda, Francesco Giuliani, con la moglie Antonella Scapin, Gianluca Massimei (ad NextLegal) con la moglie Flavia Angelini e l'ex presidente di Confindustria Padova, Francesco Peghin, accompagnato dalla moglie Alessia Severin.

Professione e Mercato

Comunicazione, AIGI sceglie The Skill

11 Gennaio 2022

degli affari legali delle più grandi società italiane, ha scelto The Skill, Studio di comunicazione dell'omonimo Gruppo, per avviare un progetto di brand enforcement e media relations.

L'Associazione Italiana Giuristi d'Impresa (AIGI), fondata nel 1976 per riunire i responsabili degli affari legali delle più grandi società italiane, ha scelto **The Skill**, Studio di comunicazione dell'omonimo Gruppo, per avviare un progetto di brand enforcement e media relations. Scopo principale della nuova collaborazione è sensibilizzare l'opinione pubblica e gli interlocutori istituzionali sul ruolo del giurista d'impresa, ogni giorno più importante. Il piano di comunicazione dispiegherà una serie di iniziative concordate tra il presidente AIGI, Giuseppe Catalano (Segretario del Consiglio di Amministrazione di Assicurazioni Generali S.p.A.), e il CEO di The Skill, Andrea Camaiora.

La società specializzata in Litigation pr, Crisis, Reputation management, Comunicazione trasparente finalizzata alla Compliance e Comunicazione legale seguirà AIGI con un team supervisionato e coordinato da Dario Tasca, responsabile dell'Area di Comunicazione legale.

Il Sole 24 ORE aderisce a  The Trust Project

P.I. 00777910159 | © Copyright Il Sole 24 Ore Tutti i diritti riservati

Professione e Mercato

Comunicazione, Studio Bana sceglie The Skill

17 Gennaio 2022

La prestigiosa boutique firm e storico punto di riferimento in ambito penale, cresciuta negli anni con Giovanni e Giuseppe Bana, cui si sono aggiunti nel tempo Giacomo Gualtieri, Antonio e Marcello Bana (portando avanti la tradizione di famiglia), raccoglie professionisti apprezzati sotto il piano professionale e deontologico.

The Skill – società specializzata in Litigation pr, Crisis, Comunicazione legale, Reputation e Comunicazione trasparente finalizzata alla Compliance – è stata scelta dallo Studio legale Bana per avviare un progetto di comunicazione integrata, brand enforcement ed evoluzione nel segno delle più avanzate esperienze del settore.

La prestigiosa boutique firm e storico punto di riferimento in ambito penale, cresciuta negli anni con Giovanni e Giuseppe Bana, cui si sono aggiunti nel tempo Giacomo Gualtieri, Antonio e Marcello Bana (portando avanti la tradizione di famiglia), raccoglie professionisti apprezzati sotto il piano professionale e deontologico.

Lo studio si è sempre rinnovato, affrontando i numerosi cambiamenti del contesto normativo e di quello giudiziario e, soprattutto, adeguandosi attivamente al mutare delle aspettative e delle esigenze dei propri clienti.

Studio Bana è stato costituito dall'Avvocato Antonio Bana nel 1923 e si avvia pertanto a celebrare il centenario dalla fondazione.

Il CEO di The Skill, Andrea Camaiora, commenta: «Quando siamo stati interpellati per questo progetto ci siamo sentiti oltremodo lusingati. Lo Studio Bana è una realtà che ha scritto pagine importanti nella storia dei processi penali e si contraddistingue da sempre per il suo stile, che non cambia, generazione dopo generazione. Per questo la scelta del partner in comunicazione non era affatto scontata».

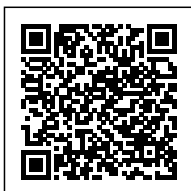
Nella foto in allegato, da sinistra a destra: Giuseppe Bana, Antonio Bana, Giacomo Gualtieri e Marcello Bana

THE SKILL FA IL PIENO DI CLIENTI "LEGAL" A GENNAIO



Category: [Scenari](#)

Tags: [Aigi](#), [Andrea Camaiora](#), [Costantino & Partners](#), [Dario Tasca](#), [Studio Bana](#), [SZA](#), [The Skill](#)



Dai penalisti di Studio Bana ai giuristi d'impresa di Aigi: lo studio di comunicazione The Skill si rafforza nel mercato legale.

La società guidata da **Andrea Camaiora** (nella foto) conta, nel solo primo mese del 2022, ben quattro nuovi clienti. Si tratta di Studio Bana, punto di riferimento da anni in ambito penale cresciuto con **Giovanni** e **Giuseppe Bana** e ora portato avanti con determinazione da **Antonio** e **Marcello Bana** insieme a **Giacomo Gualtieri**. Lo studio è stato fondato nel 1923 ed è dunque prossimo a festeggiare il proprio centenario. A The Skill il compito di presentare la materia penale in modo originale e innovativo.

Analoga scelta per i giuristi d'impresa riuniti in Aigi, l'associazione guidata dal segretario generale del CdA di Generali, **Giuseppe Catalano**, che ha così impresso un'ulteriore svolta modernizzatrice all'organizzazione cui i collaboratori di Andrea Camaiora daranno corpo attraverso una serie di iniziative di «comunicazione non convenzionale».

The Skill ha convinto anche SZA, con a capo **Marisa Meroni** e **Luca Guffanti**. Uno studio legale multipractice da sempre attento a coniugare competenza, etica e innovazione. Il progetto affidato alla società capitolina pone l'accento sulla comunicazione interna oltre che sui profili di rilievo pubblico di notizie e approfondimenti relativi all'evoluzione della normativa.

Infine, abbracciano una strategia comunicativa anche gli esperti di diritto del lavoro in ambito sanitario che con **Giovanni Costantino** portano avanti Costantino & Partners, boutique firm ben nota nel comparto Salute privato e pubblico che ha scelto il team di Camaiora per la forte expertise nella

Intervista a Mario Nanni, coautore del libro “Libia 110 anni dopo. Appunti per ricordare (e non sbagliare)”

By **Francesco Fatone** - 1 Marzo 2022

Andrea Camaiora Mario Nanni



Libia 110 anni dopo

Appunti per ricordare (*e non sbagliare*)



La nostra storia è legata a quella della Libia da 110 anni. Nel libro gli autori ripercorrono la lunga serie di eventi che ci ha portato ad uno stato diviso e in conflitto.

“La grande proletaria si è mossa” è una pubblicazione che contribuisce alla memoria dei 110 anni dal conflitto italo-turco e della annessione della Libia. Una storia lunga, ripercorsa tramite aneddoti e retroscena meno conosciuti a più, e che riesce nell’obiettivo di far comprendere il quadro generale della Libia contemporanea. Ha risposto alle nostre domande uno dei due autori del libro, il giornalista Mario Nanni.

Come nasce il libro?

“L’idea del libro non è stata mia ma dell’amico Andrea Camaïora. Ne è venuto fuori un libro di 170-180 pagine che ricalca momenti particolari della storia del paese. Abbiamo trattato alcuni periodi. A partire dall’occupazione italiana, che ha dato origine alla pubblicistica, al cinema e alle canzoni d’amore, il tempo del fascismo e l’avvento di Gheddafi. Questo colonnello sconosciuto è diventato una specie di personaggio di riferimento per il mondo arabo.”

C’è un rapporto che non è stato mai troppo idilliaco anche per via del sentimento anti colonialista eppure le relazioni continuavano. Come mai?

“Quando parliamo di Gheddafi dobbiamo pensare a un uomo che aveva evidentemente una personalità doppia. Il colonnello è diventato popolare nel corso degli anni nel mondo arabo e si è fatto un campione delle rivendicazioni degli arabi e della lotta al colonialismo. Sul nostro libro viene riportato il tormentone dei risarcimenti richiesti ad Andreotti.

Questo discorso di risarcimenti è stato altalenante e si è protratto per lunghi anni fino al 1998. Un’altra parte del libro molto interessante è quella che tratta la diplomazia, i rapporti con la Libia e come ha condizionato le relazioni italo-statunitensi.”

Quali sono state le relazioni più recenti con Gheddafi?

“Berlusconi era amico di Gheddafi, tanto che il colonnello scrisse una lettera all’allora premier quando si vide in pericolo nel 2011, Berlusconi rimase recalcitrante ad intervenire in Libia e fu convinto solo successivamente a schierarsi. Ad oggi continuano ad esserci relazioni fra i due paesi soprattutto in ambito economico, ci sono state diverse missioni in Libia, l’ultima lo scorso ottobre da parte del ministro degli esteri Di Maio.”

Cosa resta di italiano oggi in Libia dopo il 2011?

“In parte resta la memoria, ormai flebile, della presenza italiana e le opere costruite da noi come autostrade più vecchie e le nostre imprese. Ora è chiaro che la fine di Gheddafi ha creato un vuoto e tanti problemi tra tutti quello migratorio che ci ha colpiti da vicino. A livello interno si sono creati due governi che non si riconoscono l’un l’altro. Si sta anche cercando di fare delle elezioni politiche a cui parteciperà anche uno dei figli di Gheddafi.”

Foto copertina: Copertina libro

Francesco Fatone

Classe 1995. Ho conseguito la laurea triennale in Scienze Politiche e Relazioni Internazionali all’Università degli Studi di Napoli “Federico II” il 20 febbraio 2018 discutendo una tesi sulla Democrazia Cristiana in Irpinia e sull’operato di Fiorentino Sullo. Subito dopo mi sono iscritto alla Magistrale in Relazioni Internazionali ed Analisi di Scenario che ho terminato nel 2020 discutendo una tesi sugli impatti dei cambiamenti climatici sulle regioni euromediterranee. Da aprile 2020 sono speaker radiofonico. Mi interessa principalmente di Nordafrica, Africa Subsahariana e green politics.

Libia 110 anni dopo, appunti per ricordare

Nanni e Camaiora rileggono storia del Paese, da 1911 a Gheddafi

- Di Marzia Apice

- ROMA

14 marzo 2022 - 18:32

- RIEPILOGO

Suggerisci

Facebook

Twitter

Altri

Stampa

Scrivi alla redazione

Sponsored by 4W



FIBRA Vodafone

Attiva la FIBRA a 27,90€ al mese senza costi di attivazione!

ATTIVA SUBITO!



STOP occhiali da vista

Con gli occhiali MULTIDOT puoi dire addio ai tuoi per sempre

SCOPRI DI PIÙ!

Andrea Camaiora Mario Nanni



Libia 110 anni dopo

Appunti per ricordare (e non sbagliare)

THE SKILL PRESS
The Skill

Libia 110 anni dopo, appunti per ricordare - RIPRODUZIONE RISERVATA

CLICCA PER INGRANDIRE +

MARIO NANNI/ANDREA CAMAIORA, LIBIA 110 ANNI DOPO.

APPUNTI PER RICORDARE (E NON SBAGLIARE) (The Skill Press, pp.183, 20 euro)

Si apre rievocando "La grande proletaria si è mossa", la frase pronunciata da Giovanni Pascoli in un appassionato discorso nel 1911 in cui il poeta sosteneva l'avventura libica intrapresa dall'Italia di Giolitti, e con il ricordo delle canzoni e dei film italiani (come Bengasi, Giarabub, Tripoli bel suol d'amore) dedicati al Paese africano il libro "Libia 110 anni dopo".



Porta il tuo numero in CoopVoce, non paghi attivazione e primo mese!

coopvoce.it

Scritto in occasione dei 110 anni dal conflitto italo-turco e dalla conseguente annessione della Libia (pubblicato non nel 2021 ma nel 2022 perché, è precisato nella premessa, "è nel 2012 che il Trattato di Ouchy sancisce come l'Italia abbia prevalso sull'Impero ottomano e definisce il nuovo equilibrio"), il volume ripercorre oltre un secolo di storia libica attraverso i principali passaggi politici e le figure chiave che ne hanno determinato gli eventi, con un occhio alle relazioni con gli altri Paesi, tra cui principalmente il nostro. Chiarezza, sintesi ed esaustività caratterizzano un lavoro nel quale i due autori hanno voluto soffermarsi principalmente sulla controversa figura di Muammar Gheddafi, rimasto al potere per ben 42 anni, dal colpo di Stato con cui depose il re Idris dal trono nel 1969 fino al tragico epilogo nel 2011: di lui nella prima parte del libro si racconta la condotta politica (tra cui gli atteggiamenti ondivaghi verso l'Italia, con le continue richieste di risarcimenti per i danni subiti nel periodo coloniale da un lato e l'"amicizia" sancita nei trattati dall'altro, e la sua posizione sempre conflittuale nei confronti degli Stati Uniti) ma anche il lato umano, così come i rapporti intrattenuti con Craxi e Andreotti prima, e poi con Berlusconi. Particolarmente interessante è la parte relativa ai colloqui intercorsi tra i rappresentanti dell'amministrazione statunitense all'epoca della presidenza di Reagan e la diplomazia italiana (con Craxi e Andreotti appunto): dai dialoghi riportati emerge il diverso atteggiamento dei due Paesi verso la Libia, emblema di due culture politiche differenti. Se gli Usa erano impazienti di colpire con le armi il regime di un leader ritenuto un terrorista (l'attacco arrivò infatti nel 1986 e, forse, Craxi avvisò in tempo Gheddafi permettendogli di mettersi in salvo), l'Italia invece, assimilando la lezione realista di Machiavelli (il nemico o lo abbatti o ci vieni a patti), è sempre stata convinta della necessità di mantenere un dialogo aperto.

Nella seconda parte, il libro torna sulla guerra in Libia del 1911-12, offrendo una attenta analisi del conflitto alla luce del contesto internazionale, tra rapporti di forza ed equilibri delicati. Seguendo il filo della storia, ripercorrendo mosse giuste e passi falsi, il volume permette di ricollegarci ai tempi attuali, evidenziando quanto in una regione inquieta e fondamentale (per l'economia, ma anche per la pace) come quella del Mediterraneo ci sia la necessità oggi più che mai di una politica "alta", attenta e lungimirante, capace di affrontare la complessità di un contesto in continua evoluzione e nel quale ogni Paese (le nazioni europee, la Russia e la Turchia, gli Usa e anche la Cina) vuole giocare la propria partita (e vincerla).

RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright ANSA

CONDIVIDI



Phisikk du role – L'Italia e la Libia in un libro che fa pensare

Di [Pino Pisicchio](#) | 22/03/2022 - [Cultura](#)



Pino Pisicchio legge per Formiche.net “Libia 110 anni dopo. Appunti per ricordare (e non sbagliare)”, edizioni di The Skill Press, a firma di Mario Nanni e Andrea Camaiora. Un volume quasi “pedagogico” e di straordinaria attualità. Perché non solo celebra il rito della memoria, ma si fa manifesto delle più inquietanti tentazioni contemporanee di riproposizione degli antichi imperi

In una stagione come quella del tempo presente, che trova nella fluidità (intesa come sinonimo di ambiguità) del suo proporsi tra conati di futuro e suggestioni del passato, il libro di **Mario Nanni** e **Andrea Camaiora** “Libia 110 anni dopo. Appunti per ricordare (e non sbagliare)”, edizioni di The Skill Press, è un lavoro quasi “pedagogico” e di straordinaria attualità. Perché non solo celebra il rito della memoria che riguarda l'evento, ma si fa manifesto delle più inquietanti tentazioni contemporanee di riproposizione degli antichi imperi che in quel tempo andavano a sbriciolarsi, come quello Ottomano, a cui muovemmo guerra per sbarcare in Libia e quello zarista, che sarebbe caduto qualche anno dopo con l'avvento della rivoluzione comunista.



Tentazioni, ahinoi, incarnate da due campioni di democrazia contemporanea, come **Erdogan** e **Putin**, quest'ultimo in piena attività di servizio.



Il libro, però, è interessante anche per altri motivi: la scrittura accetta di sconfinare fino a terre quasi incognite, grattando un poco il rimosso della nostra “avventura” coloniale, e misurandosi – gli autori sono due giornalisti capaci di introspezione storica – anche con il “brutto” che gli italiani brava gente hanno combinato in quel lembo d’Africa.

Perché la tarda colonizzazione della Libia, perseguita per ornare di sé il giovane regno d’Italia a cinquant’anni dall’Unità, ma un po’ fuori tempo massimo rispetto alle epopee coloniali degli imperialisti europei, fu violenta e dolorosa. Nel primo intervento offensivo delle truppe italiane a Tobruk e Tripoli il Generale **Caneva** arrivò ad impiegare fino a 100.000 uomini per vincere la resistenza delle formazioni irregolari libiche, infinitamente più piccole e fatte di nomadi, fieri e orgogliosi ma certamente non equipaggiati come i soldati italiani. Si trattò, dunque, di una conquista incompiuta che però – e gli autori lo rilevano – poté giovare di una narrazione, fatta dei media italiani dell’epoca, che nulla ha da invidiare alle più raffinate strategie moderne della comunicazione, cominciando ad edificare quell’immaginario collettivo che ancora oggi nutre il nostro approccio con la Libia.

Si pensi che nelle scuole elementari erano allestite attività ludiche che raccontavano con alone favolistico il mito del soldato italiano che andava a “salvare” dall’ignoranza e dalla fame il bambino nero, mentre il suo papà veniva disegnato come il nero cattivo. Insomma: se la paura dell’uomo nero non nasce lì, comunque in quell’Italiotta trova una forte legittimazione che resterà impressa nella memoria sociale degli italiani. Quasi un archetipo junghiano.

Nel ‘31, vent’anni dopo, **Mussolini** e **Graziani** fecero ancora di più con la seconda “missione” in Libia per normalizzare la situazione. Queste pagine oscure, che trovarono in tempi più recenti finestre di luce anche per il lavoro di scavo di un altro giornalista-storico come **Del Boca** (oltre che per le ricerche del mondo accademico), vengono opportunamente richiamate nella seconda parte del libro che guarda all’aspetto diacronico, offrendo anche chiavi di lettura per capire la parte prima, dove l’analisi del cronista politico registra ascesa, gesta, splendori, miserie e, soprattutto interazioni con i governi italiani, della guida della **Jamahiriyah Gheddafi**.



Così è spiegata l’ambiguità gheddafiana, rais della Libia per 42 anni, nei confronti del nostro Paese, la sua generosa collaborazione con l’Eni e, nel contempo, la sua incessante richiesta di risarcimenti all’Italia repubblicana per l’ignominia di una occupazione violenta cui si era macchiata l’Italia giolittiana e poi mussoliniana. Così si comprende l’esibizione dell’effigie di **Omar Mukhtar**, martire della resistenza libica, nella sua visita a Roma, regnante l’amico **Berlusconi**.

Il merito più grande di questo libro, oltre la puntuale ricostruzione storica, è quello di raccontare con chiarezza le liaisons dangereuses tra la guida della Libia moderna e l’Italia, relazioni iscritte nel registro delle necessità non solo geografiche ed economiche, ma anche storiche dell’Italia, Paese mediterraneo che troppo spesso dimentica le sue ragioni. Chi non si dimostrò certamente smemorato fu **Enrico Mattei**. E non dimenticarono l’identità mediterranea **Aldo Moro**, **Giulio Andreotti**, **Bettino Craxi**, seppure con le loro diverse sensibilità politiche, come ricorda efficacemente Mario Nanni nella prima parte del libro.

Anche Berlusconi dialogò con Gheddafi ed anzi ne fu amico fino a sfidare l’ostilità dell’opinione pubblica italiana quando in quella visita italiana del 2009 a Roma, da presidente del consiglio ebbe ad esprimere gesti che furono considerati addirittura sottomissivi. Berlusconi condivise e concesse molto al leader libico. Salvo poi, nel 2011, a dover cedere il passo alla determinazione franco-britannica volta alla distruzione anche fisica del passaggio gheddafiano nella storia libica. Il che coincise con l’avvento della tempesta perfetta nel Mediterraneo. Ma questa è un’altra storia che Nanni e Camastra lasciano solo intravedere.

Condividi tramite



Aziende italiane in ritardo sulla compliance. «Legale d'impresa figura essenziale»



*L'incontro organizzato dallo studio di comunicazione The Skill col patrocinio di AIGI, l'Associazione Italiana Giuristi d'Impresa, ha impegnato professionisti del settore e il pm di Torino **Ciro Santoriello** sul tema della conformità alle disposizioni normative che le aziende sono tenute a garantire*

SABATO 23 APRILE 2022

**UN AVVOCATO
SI RICONOSCE
DA COSA LEGGE.**

Il Dubbio
dà voce ai diritti.
Tu da che parte stai?

È un percorso disseminato di ostacoli, quello della **compliance aziendale**, ovvero la conformità delle attività aziendali alle disposizioni normative, ai regolamenti, alle procedure e ai codici di condotta. Dall'antiriciclaggio alla tutela della sicurezza sui luoghi di lavoro, dalla privacy fino alle disposizioni ambientali, il rischio di inciampare nella "non conformità" è elevato e questo può significare sanzioni amministrative o penali, con contraccolpi sull'immagine e sulla reputazione aziendale oltre che economici. Su questo tema lo studio di comunicazione The Skill con il patrocinio di AIGI, l'Associazione Italiana Giuristi d'Impresa, e in collaborazione con Learn The Skill e On Air The Skill, si è concentrato invitando alcuni esperti a discuterne come **Cosimo Pacciolla** (Manager Contenzioso e Consulenza legale, Compliance Officer Antitrust & Whistleblowing di Kuwait Petroleum Italia), **Stefano Aldini** (Of Counsel di Studio Legale SZA), **Francesca Ferretti** (Legal & Corporate Affairs Director di Rentokil Initial Italia), **Giacomo Gualtieri** (Partner di Studio Legale Bana), **Mirko Salvatore** (Corporate & Compliance senior Legal Counsel di NTT DATA EMEA Ltd), **Ciro Santoriello** (magistrato della procura di Torino) e **Andrea Camaiera** (docente di Comunicazione trasparente al Master Anticorruzione dell'Università di Tor Vergata).

“Uno tra i migliori top manager con cui ho collaborato sottolineava spesso l'importanza di saper cogliere i “segnali deboli”, una metafora da velista”, ha spiegato Pacciolla.

“Tuttavia, se prima era importante intuire i segnali deboli, oggi è auspicabile che l'attenzione si rivolga anche ai ‘non segnali’, a quegli elementi che non appaiono ai più ma possono essere previsti. Sulla compliance temo che non siamo riusciti a valorizzare non solo i cosiddetti segnali deboli ma nemmeno quelli forti. A questo proposito, un interessante report del 2017 di Confindustria offriva un quadro non confortante dell'approccio all'acquisizione dei sistemi di compliance. E temo che quel ritardo rischi di rimanere tale”.

I reati ambientali, il rispetto del Gdpr, prevenzione cyber crimes, whistleblowing, sono ambiti di applicazione della compliance in cui il modello italiano si confermerebbe in affanno. “In tutti questi settori l’approccio italiano mostra limiti di preparazione e maturità; anche su riciclaggio e antiriciclaggio, sembrano proporsi le medesime difficoltà”, continua ancora Pacciolla, che aggiunge: “Attenzione, si tratta di un problema che riguarda un contesto culturale che investe non solo il management o i professionisti. Anche la magistratura, nella stessa giurisprudenza che esprime, non ci aiuta. Andiamo incontro a una *liability* d’impresa sempre più di tipo penalistico, che provocherà – tra l’altro – una clamorosa esposizione economica delle aziende. Inoltre, anche solo citando la prossima direttiva in discussione in sede comunitaria sulla *supply chain*, la regolamentazione di impresa e il conseguente profilo di responsabilità imporranno una competenza giuridica multidisciplinare accompagnata da una particolare sensibilità verso i profili di *liability* penalistica o parapenalistica”.

“Bisogna andare al cuore dello spirito della normativa: la prevenzione. Lo scopo principale del modello organizzativo consiste nella prevenzione – afferma Giacomo Gualtieri – E’ necessario e opportuno che il modello organizzativo sia integrato con tutti i sistemi di controllo e gestione che l’ente ha adottato. Rilevo che in Italia il recepimento delle norme di compliance è molto limitato. I modelli organizzativi si sono rivelati inadeguati, vengono sì realizzati, ma poi non reggono in sede di verifica giudiziaria – spiega ancora l’avvocato – si parla spesso di una colpa normativa, quello che serve è avere una serie di regole che individuano i rischi e i comportamenti davanti ai rischi, quando questo sistema c’è si può fare un giudizio di idoneità, quando questo sistema di regole non c’è allora le cose non funzionano”.

“Quando si parla di compliance spesso si fa riferimento al modello della grande impresa, invece dovremmo considerare anche la piccola e media impresa, meglio ancora l’azienda familiare dove il management è composto dai membri della famiglia proprietaria” fa notare Stefano Aldini. “Il Modello Organizzativo serve principalmente a prevenire i reati ma rappresenta anche l’occasione per migliorare l’organizzazione attraverso il riesame dell’assetto organizzativo e la revisione dei processi di gestione e di controllo dell’azienda. Molte imprese – conclude Aldini – affrontano il Modello Organizzativo come adempimento formale perché hanno la percezione che questo sia sufficiente. Alla fine, il rischio è che i modelli si somiglino tutti. I sistemi di gestione possono servire per affrontare la compliance in modo più concreto ed efficace avendo ben presente però che nessuna certificazione volontaria garantisce di per sé la conformità alla legge. Il problema è più complesso”.

Il pm Ciro Santoriello ha affrontato la questione compliance dal punto di vista delle procure. “Il primo problema di carattere processuale è che la magistratura motiva quando condanna e non quando assolve, l’archiviazione dei procedimenti sulla 231 non prevede che ci sia una motivazione per l’archiviazione delle aziende – spiega – d’altro canto c’è da dire che la magistratura non ha contribuito a costruire il modello del fare impresa, le volte in cui la magistratura condanna lo fa per l’assenza del modello organizzativo, non perché ce n’è uno ma è inadeguato. Servirebbe costruire un ponte tra magistratura e mondo delle imprese”.

Il magistrato ha anche approfondito la modalità di approccio che la sua funzione dovrebbe avere nei confronti dei reati legati al mondo delle imprese: «Non quello che ho nei confronti di un rapinatore. Per esempio la bancarotta e il falso in bilancio sono illeciti la cui costruzione è fortemente culturale. Un modello organizzativo non elimina il rischio ma abbassa il rischio che si verifichi il reato. Il problema – chiude Santoriello – è che le imprese chiedono a noi di spiegare che cos'è il modello organizzativo. Ma al giudice e al pm non interessa sapere che cosa è successo, una volta accertato il reato, interessa sapere chi è stato a commetterlo».

“Il problema è che ancora oggi molti imprenditori vedono la compliance come modello predefinito calato da fuori e non come occasione di guidare i comportamenti giusti all'interno dell'organizzazione, che può rendere più produttiva un'azienda” sottolinea Francesca Ferretti. “Ci sono rischi sempre maggiori di sanzioni, perdita di opportunità di business e reputazionali: è quindi importante che il vertice aziendale lavori in ottica attenta a tutte le sfaccettature, verso la direzione di fare scelte sempre più consapevoli attraverso una cultura organizzativa. Ma non basta. Sono in aumento anche gli obblighi e le responsabilità lungo tutta la catena di fornitura (rif. proposta di direttiva sulla Corporate Sustainability Due Diligence), il che richiede un incremento dei controlli sui processi, inserendo anche quello della catena di fornitura. È ormai indispensabile il continuo coordinamento tra tutti i ruoli aziendali e in questo quadro il giurista d'impresa può costituire la figura trasversale che riesce a garantire una adeguata circolazione delle informazioni rilevanti e a far dialogare tutte le parti in azienda per affrontare insieme la complessità».

Proprio il compito del legale interno diventa sempre più strategico. “Questa figura dovrebbe proporsi come promotore della condivisione” spiega Mirko Salvatore, “una figura che agevola la compartecipazione di tutte le funzioni aziendali a partire da una valutazione dei rischi congiunta e dall'adozione di criteri uniformi, per proteggere l'interesse aziendale”.

Un esempio concreto? Il whistleblowing: “La legislazione sul whistleblowing tutela molteplici interessi, tra cui quello della legalità, della riservatezza del segnalante e dovrebbe tutelare anche il segnalato (anche se il quadro non è ancora maturo). Al momento possiamo dire che un approccio non integrato e non multidisciplinare svela un rischio, ed è quello che ogni soggetto coinvolto nel circuito delle segnalazioni adotti un proprio criterio di valutazione. Il rischio è considerare solo alcuni aspetti del processo di segnalazione, e non il modello nella sua generalità”.

Comunicare in sanità, modelli nuovi di interazione con i pazienti

Verso un diverso paradigma, essere sinceri e dettare agenda



Redazione ANSA ROMA 06 maggio 2022 10:34



Scrivi alla redazione



Stampa

Uno dei lasciti dei due anni di pandemia è stata la consapevolezza di come la gestione, la prevenzione e la comunicazione della crisi siano indispensabili, anche e soprattutto in ambito sanitario.

Come gestire 'eventi avversi', come interpretare 'eventi sentinella', come gestire il rapporto tra informazione scientifica e divulgativa nell'epoca dei social network, delle fake news, dell'infodemia? Sono interrogativi cui cerca di dare risposta il "Manuale di Comunicazione di crisi in sanità" (ed.

The Skill Press) di Andrea Camaiora, giunto dopo quattro anni alla sua seconda edizione, grazie alla collaborazione di altri esperti, tra cui il medico e presidente di Aiop Lombardia, Dario Beretta, il giornalista Alessandro Boriani, l'avvocato Giovanni Costantino e il direttore generale di Fondazione Sanità Futura, Cristian Ferraris. Il volume affronta anche il tema del 'consenso informato', invitando a "non approfittare della pazienza del paziente", ma stimolando invece dirigenti sanitari e medici a cambiare il proprio paradigma a favore di nuovi modelli di interazione con il paziente stesso. Camaiora affronta anche altre questioni: come la necessità da parte del medico di adottare con regolarità alcuni accorgimenti comunicativi, primo fra tutti la tracciabilità delle informazioni rese al paziente, l'aggiornamento regolare delle cartelle sanitarie, la prova dell'avvenuto processo di informazione. Il libro affronta errori da evitare (no comment, incoerenza tra i messaggi), scarico di responsabilità, sviluppando suggerimenti (essere sinceri, dettare l'agenda, evitare arroganza e minimizzazione, citare fatti e circostanze, comunicare con regolarità), ma anche prestando attenzione a dinamiche quali lo stress e una certa diffidenza che caratterizza il rapporto tra personale sociosanitario e pazienti da ambo le parti.

ADV

AGENZIE

14/07/2022

di Andrea Di Domenico

THE SKILL PRESS PUBBLICA IL SAGGIO "CRISI D'IMPRESA. SPUNTI D'INSIEME"

Comunicatori, commercialisti e avvocati svelano i segreti della crisi d'impresa per uscirne al meglio



Al centro, un'immagine della copertina

In occasione della pubblicazione del decreto correttivo del Codice della crisi e dell'insolvenza, la cui entrata in vigore dopo molti rinvii è prevista per domani, 15 luglio, la casa editrice The Skill Press pubblica il volume «Crisi d'impresa. Spunti d'insieme».

Il libro, rivolto a imprenditori, manager, legali d'azienda, commercialisti e altri addetti ai lavori, affronta questo tema di attualità in modo prismatico: con la lente dell'avvocato esperto in **diritto tributario, diritto societario, commerciale, penale, fallimentare e del commercialista**. E sotto il profilo della **comunicazione**, poiché è sul comunicatore che incombe il compito di comprendere la delicatezza della materia e la tipicità che caratterizza le fasi della crisi d'impresa quando assume tratti mediatici, di agire nello spazio stretto tra il dover rappresentare una situazione per ciò che in verità è e al tempo stesso di indicare le prospettive di uscita dalla crisi, verso un percorso di risanamento.

ADV

VIDEO

VEDI TUTTI →



«L'AI non sostituisce il marketing manager, lo potenzia». Intervista a Luca Ricci di ByTek



Il volume si avvale dei contributi di **firme di prim'ordine**, avvocati e commercialisti, che presentano il tema sotto diversi punti di vista e con un taglio il più possibile divulgativo e pragmatico, pur non potendo rinunciare a qualche inevitabile tecnicismo: Maria Grazia Alfisi e Cristiano Cerchiai di Legalitax; Francesco Giuliani e Valentina Guzzanti dello Studio Fantozzi & Associati; Giacomo Gualtieri e Fabio Antonio Siena dello Studio Bana, Luca Pasquini e Jacopo Villa dello studio Carbonetti e Associati, Francesco Rizzo of counsel per Ernst&Young e Francesco Rocchi, fondatore dello studio Rocchi & Associati. La prefazione al volume è di Andrea Camaiera, esperto in gestione e comunicazione di crisi.

SCOPRI ALTRI CONTENUTI SU

| THE SKILL | THE SKILL PRESS |

ADV

ARTICOLI CORRELATI



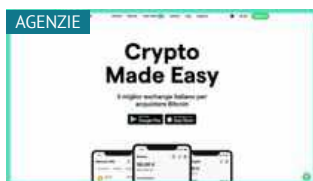
Retex: Connexia e Witailer lanciano un approccio integrato al Search Commerce su Google e Amazon



Comunità Montana Oltrepò Pavese cerca agenzia pubblicitaria



ConTe.it sceglie The NewCo per la consulenza strategica sulla pianificazione media digitale



Young Platform si affida a ByTek per aumentare traffico e awareness con l'IA



Flatmates punta sul nomadismo digitale e si aspetta di chiudere il 2022 con fatturato raddoppiato



Hearts & Science vince la gara e si riconferma partner media di Yves Rocher Italia per il 2023



OPINIONI

“Perché camminare al buio?” La lettera aperta di Andrea Stillacci ai giovani



QVC Italia sceglie Digital Dust per influencer marketing e digital PR



TooA si affida a Witailer per incrementare le proprie vendite su Amazon

Tecnologia a supporto dell'email advertising: la ricetta di Passendo



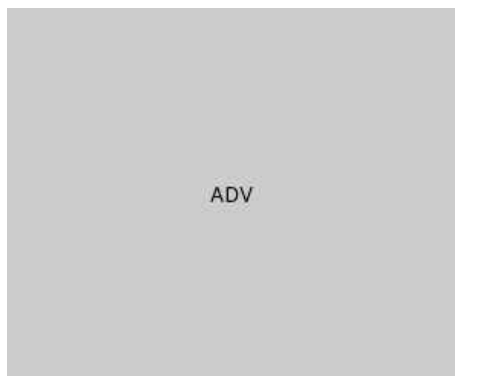
Acqua Panna, un inno alla ricerca dell'equilibrio e del gusto nel nuovo spot



Ilaria Calesella, Hivestack: «Dall'approccio data-driven un grande potenziale per la pubblicità Out of Home»



Federica Pellegrini nel nuovo spot di TIM 5G Power con la hit dei Maneskin



INTERVISTE

VEDI TUTTE →