

SITE NEWS

a cura della REDAZIONE

Nel segno del green

Due eventi importanti hanno segnato il debutto di Site Italy nella marketing community italiana e internazionale. Comune denominatore: l'eco-sostenibilità. Verso cui l'associazione è particolarmente attiva: divulgando il valore aggiunto apportato dagli eventi green e, da quest'anno, dedicando un consigliere ad hoc

Site Italy è particolarmente attiva nella divulgazione del valore aggiunto apportato dagli eventi green, ossia organizzati secondo i dettami dell'eco-sostenibilità e del csr. Il Capitolo, in particolare, è intervenuto – per la prima volta nella storia delle associazioni italiane di categoria – a “Dal dire al fare, salone della responsabilità sociale d'impresa”, tenutosi il 29 e 30 settembre presso l'Università Commerciale Luigi Bocconi di Milano, promosso dalla Regione Lombardia e dalla Provincia di Milano, patrocinato da importanti associazioni e istituzioni (tra cui il Ministero del Lavoro, della Salute e delle Politiche Sociali, il Ministero per lo Sviluppo economico e il Ministero per le Pari Opportunità) e organizzato con la collaborazione scientifica della stessa Università Bocconi.

Nell'ambito di questa manifestazione, il presidente Annamaria Ruffini CMP e il green member del Comitato direttivo Elena Vender Caldarelli hanno tenuto un incontro dal titolo Ecoeventi: meeting, incentive, team building per una cultura sostenibile in azienda. Nel corso del dibattito è stato illustrato il concetto di “evento sostenibile”, delineando i vantaggi che esso offre alle aziende nell'ambito della comunicazione e delle strategie di marketing. Altra presentazione, con un focus particolare sull'eco-



Annamaria Ruffini ed Elena Caldarelli, relatrici al convegno in Bocconi sulla responsabilità sociale d'impresa

sostenibilità, si è tenuta a Rimini il 28 ottobre a Ecomondo, il più grande appuntamento annuale per l'industria dell'ambiente e della sostenibilità. «È importante» hanno detto le relatrici, «estirpare alcuni falsi miti» che tuttora persistono a danno degli eventi green. Non è vero, per esempio, che sono complessi da organizzare, perché chi li promuove deve soltanto adottare una strategia adeguata. Non è nemmeno vero che sono costosi: possono anzi incrementare l'efficienza economica del work flow minimizzando l'utilizzo di risorse e dando il “la” a illimitate ricadute positive in immagine e comunicazione.

Un grande appuntamento: "The ring"

Il 4 novembre, a Roma, si è svolta con grande successo la prima edizione di quello che ci auguriamo possa trasformarsi in un evento fisso: The Ring, originale incontro-scontro (nel senso buono) tra tutti gli stakeholder dell'incentivazione. Aziende clienti, incentive house, alberghi e fornitori insieme su un palco – ironicamente preso a prestito dal ring dei pugili – per liberare le proprie opinioni e dirsi chiaramente de visu che cosa va e che cosa non va, e, più sul lungo termine, contribuire alla stesura di norme che regolamenti il comparto. Hanno partecipato in tanti, selezionati nei mesi precedenti dal Consiglio direttivo per assicurare la più vasta rappresentatività alla platea. Moderava il direttore editoriale di Ediman Marco Garavaglia.

Molti gli argomenti sul piatto. L'incentive serve davvero? Che cosa non si dovrebbe fare perché un evento di incentivazione funzioni? Qual è l'elemento più importante nel rapporto cliente-fornitore: il prezzo? Il contratto? Il livello del servizio? L'esperienza pregressa? L'incentive dà ritorni economici adeguati a chi lo promuove? Dà profitti o ritorno di immagine alle Incentive house o ai fornitori di filiera? E l'etica e la Csr (Corporate Social Responsibility) sono effettivamente perseguibili o chimeriche? E se perseguibili, come? E che cosa bisognerebbe prevedere nel rapporto con gli altri?

L'evento si è svolto in sinergia con Mpi Italia Chapter presso la Casa dell'Architettura di Roma, nella stessa location in cui, a seguire, si è svolta la Mpi Cult Fest, ossia il grande party pre-Btc: una collaborazione cui le due associazioni sono solite essere aperte e che intende "sostenere" una sempre più stretta affinità d'intenti tra tutti noi, operatori di una stessa industria.

Offrono inoltre soluzioni innovative e di alto profilo sfruttando al meglio le risorse locali e ottimizzando i servizi ai partecipanti. Tutto ciò assume particolare rilievo in un segmento come l'incentive e il team-building, nel quale la comunicazione – e la sensibilizzazione all'eco-sostenibilità lo è a pieno titolo! – ha un ruolo davvero cruciale».



Adotta un'azienda

Proseguono anche su altri fronti le iniziative del direttivo di Site Italy. È stata lanciata a metà settembre, e si è conclusa a fine ottobre, l'iniziativa "Adotta un'azienda", finalizzata ad aumentare la membership e a qualificare il networking. Ciascun socio ha potuto iscrivere al Capitolo sino a un massimo di quattro suoi clienti o fornitori, pagando per ognuno di essi una quota simbolica. In tal modo ha permesso loro di conoscere da vicino le attività dell'associazione e di beneficiare dei vantaggi riservati ai soci (quota ridotta ai seminari formativi, orizzonti internazionali, ecc). Queste iscrizioni saranno valide a tutti gli effetti sino al 30 giugno 2010, data a partire dalla quale i new members potranno decidere il rinnovo secondo le procedure standard.

Per ulteriori informazioni

www.site-italy.com

