

LA SOSTENIBILITÀ ECONOMICA NON BASTA. I CASI DI COCA-COLA HBC E ALLIANZ PARTNERS

Il brand esalta i valori aziendali

I marchi non sono più ciò che l'impresa dice ma sono lo specchio di ciò che fa. Alla seconda giornata del Milano Marketing Festival di Class Editori alcune grandi aziende espongono la loro visione

DI ANDREA SECCHI

«Purpose», in italiano scopo, viene ormai considerata una delle nuove P del marketing. Pare un concetto incomprensibile o astratto, ma basta seguire un semplice filo logico: la maggior parte delle aziende sono for profit, devono assicurare ricavi e profitti a lungo termine, ossia avere una sostenibilità economica. Che da sola però non basta: depauperare risorse scarse come materie prime o talenti, ignorare il proprio ruolo nella sopravvivenza dell'ambiente naturale e sociale, significa minare anche la capacità di operare economicamente e fare profitti nel tempo. Di qui la necessità di avere uno scopo che indichi il motivo del fare azienda.

«Non è solo lo scopo come lo intendiamo comunemente. Se diciamo che in Coca-Cola Hbc voglia-

mo far crescere i clienti e incontrare le preferenze dei consumatori ogni giorno e ogni momento della giornata, rimaniamo delusi. Il Purpose è legato ai valori: vogliamo prenderci cura del team di persone appassionate che lavora per noi, costruire valore nella comunità con il rispetto dell'ambiente, promuovere inclusione. È una scelta che noi abbiamo fatto 18 anni fa, quando abbiamo cominciato a pubblicare il bilancio di sostenibilità». Lo ha detto ieri alla seconda giornata del Milano Marketing Festival 2022 Emiliano Maria Cappuccitti, direttore risorse umane di Coca-Cola Hbc Italia. La sesta edizione del festival organizzato da Class Editori si intitola «Destinazione new marketing. Persone, Processi, Principi, Passato. Dal codice delle relazioni alle prospettive del metaverso» ed è trasmessa in diretta

fino a domani su ClassCnbc (canale 507 di Sky), in streaming sui siti milanofinanza.it e itaioaggi.it, sull'app «Le tv di Class Editori», oltre che su Zoom.

Esempio di come serva andare oltre l'obiettivo dei profitti aziendali è il Purpose di Allianz. La missione del gruppo, ha spiegato Paola Corna Pellegrini, ceo della controllata Allianz Partners, è racchiusa nella frase «we secure your future», mettiamo al sicuro il tuo futuro: «non è solo fare l'assicuratore, che rappresenta già una buona parte della protezione da dare ai nostri clienti e collaboratori, ma è andare oltre. È parlare di sosteni-

bilità economica, legata a quella ambientale e sociale, perché la prima si garantisce solo se i risultati durano nel tempo. Siamo impegnati in programmi molto intensi internamente, per promuovere partecipazione femminile e genitorialità, e far sentire le persone parte di una famiglia».

Tutto questo significa evoluzione del marketing, che oggi non ha una funzione soltanto persuasiva ma deve dimostrare che il marchio ha un impatto positivo sul pubblico e la collettività. «Lo storytelling non è più sufficiente a parlare di marketing», ha detto Chiara Bacillieri, head of data di Lifested. «Non è più l'era in cui è sufficiente ciò che il brand dice: esattamente come le persone non sono ciò che dicono ma ciò che fanno, così è anche per i brand. C'è un legame fra le aspettative dei consumatori e del personale

delle aziende, le persone sono sempre più attratte da ambienti di lavoro in linea con le loro aspettative e desideri». Diventa importante anche concretizzare e realizzare il Purpose aziendale. Gian Luca Teppati, fondatore di Oomm Consulting sostiene che sono le persone che lavorano a contatto con i clienti a cui è affidata la trasmissione ultima del Purpose aziendale: se non rispettano i valori raccontati tutto è inutile. Come accade con le telefonate aggressive dai call center che tentano di vendere prodotti o servizi: «non rispettano il cliente ma lo sfruttano». Va considerato: «le aziende sono come i cani, somigliano al padrone. Se la gestione manageriale non si basa sull'ascolto ma sul potere è quello che si ottiene. Modificando a monte lo stile di gestione si possono portare le persone ad avere un comportamento allineato alla proposta». (riproduzione riservata)



COMUNE DI PRIVERNO (LT)
Bando di gara - CIG 9102023AFC

E' indetta procedura aperta per l'affidamento del servizio di gestione di parcheggi a pagamento nel Comune di Priverno. Importo: € 215.000,00 per 5 anni con possibilità di proroga tecnica per 6 mesi.
Termine ricezione offerte: 10/06/22 ore 12.00.

Documentazione su www.comune.priverno.latina.it (sez. amministrazione trasparente) e piattaforma ASMEL.
Il responsabile del dipartimento 4 dott. Giuseppe Celli

COMUNE DI COLOGNO MONZESE

Sede: via Mazzini, 9 - 20093 Cologno Monzese
Punti di contatto:
E-mail: servizioclienti@comune.colognomonze.se.mi.it
Codice Fiscale: 03353020153

Parità IVA: 00749020962
Bando di gara - Procedura aperta - CIG 9178399E73
E' indetta gara telematica a procedura aperta con sistema SINTEL per il seguente servizio: Affidamento in gestione del Centro Socio Educativo Gerusalemme - Periodo: 1/09/2022 - 31/08/2025 - con possibilità di rinnovo per ulteriori 36 mesi. Importo appalto a base d'asta: € 599.197,38 oltre IVA di Legge. Criterio di aggiudicazione: "offerta economicamente più vantaggiosa" previsto dagli artt. 60 e 95, comma 3 del D.Lgs. 18 aprile 2016, n. 50 e s.m.m.i. Codice dei contratti pubblici; Termine ricezione offerte: 31/05/2022 ore 23:59. Apertura: 06/06/2022 ore 10.00. Documenti reperibili su: www.comune.colognomonze.se.mi.it.

Il responsabile unico del procedimento
Valeria Palumbo

Atlantia

AVVISO AGLI AZIONISTI

PAGAMENTO DIVIDENDO

Si informano i Signori Azionisti che l'Assemblea Ordinaria di Atlantia S.p.A., tenutasi il 29 aprile 2022, ha approvato il bilancio di esercizio al 31 dicembre 2021, deliberando la distribuzione di un dividendo complessivo relativo all'esercizio 2021, pari a Euro 0,74, al lordo delle eventuali ritenute di legge, per ciascuna azione ordinaria che risulterà in circolazione alla data della record date, escluse le azioni proprie in portafoglio a quella data. Il dividendo sarà posto in pagamento, a decorrere dal 25 maggio 2022, con "data stacco" della cedola n. 34 coincidente con il 23 maggio 2022 e "record date" (ossia, data di legittimazione al pagamento del dividendo stesso, ai sensi dell'art. 83-terdecies del Decreto Legislativo 24 febbraio 1998 n. 58 e dell'art. 2.6.6, comma 2, del Regolamento dei Mercati organizzati e gestiti da Borsa Italiana S.p.A.) coincidente con il 24 maggio 2022.

Le operazioni di pagamento del dividendo saranno effettuate tramite gli intermediari aderenti alla gestione accentrata presso la Monte Titoli S.p.A.. Gli azionisti titolari di azioni non ancora dematerializzate sono invitati, pertanto, a consegnare le stesse ad un intermediario per la loro immissione nel sistema di gestione accentrata in regime di dematerializzazione al fine di poter esercitare i diritti inerenti ai titoli in loro possesso.

PUBBLICAZIONE VERBALE ASSEMBLEARE

Si rende noto che, ai sensi delle norme di legge e regolamentari applicabili, il verbale dell'Assemblea Ordinaria di Atlantia S.p.A. del 29 aprile 2022 è messo a disposizione del pubblico presso la sede legale della Società in Roma, Piazza di S. Silvestro n. 8, sul sito internet della Società all'indirizzo <https://www.atlantia.com/it/governance/assemblea-degli-azionisti> nonché sulla piattaforma di stoccaggio autorizzato 1Info (www.1Info.it).

Atlantia S.p.A. • Sede Legale in Roma, Piazza di S. Silvestro n. 8 • Capitale Sociale € 825.783.990,00 i.v. • C.F. e Iscrizione al Registro delle Imprese di Roma 03731380261

Gambero Rosso lancia guida ai vini rari


di Giorgio Migliore

Il Gambero Rosso ha presentato Vini Rari, nuovo progetto editoriale interamente dedicato al mondo del vino «artigianale» per valorizzare etichette di grande valore tirate in quantità limitata. Sarà una pubblicazione digitale, in italiano e in inglese, pensata per valorizzare vigne e appezzamenti storici, vigneti e parcelle del tutto sconosciute, tratteggiando un mosaico puntellato da vini dallo straordinario carattere in bottiglia. Ogni settimana, verranno proposti due vini rari per un percorso che accenderà i riflettori sui grandi artigiani del vino italiano raccontando selezioni che conservano, proprio grazie alla loro dimensione, un'aderenza territoriale del tutto speciale, meritevole di una narrazione specifica. Il progetto editoriale sarà curato dai giornalisti Giuseppe Carrus e Lorenzo Ruggeri, da ormai 15 anni in forza alla Redazione Vini del Gambero Rosso e da sempre alla continua ricerca delle bottiglie più rare, curiose e stimolanti. I primi vini saranno svelati l'11 maggio. Le uscite seguiranno una cadenza settimanale: ogni mercoledì alle ore 12 verranno presentati due vini, sia nella versione italiana sia inglese. Vini Rari sarà consultabile gratuitamente sul sito italiano e internazionale del Gambero Rosso. (riproduzione riservata)

Le regioni fanno squadra per il turismo

di Pierluigi Mandoi

Una campagna di promozione unica e coordinata che mette insieme tutte le regioni italiane per far conoscere ai turisti le bellezze del territorio dello Stivale. È l'obiettivo del progetto «Scopri l'Italia che non sapevi», frutto di un accordo di programma tra il ministero del Turismo e la commissione Politiche per il Turismo della Conferenza delle Regioni e delle Province autonome (coordinata dalla regione Abruzzo), in collaborazione con Enit. Un percorso strutturato in tre aree tematiche (borghi e paesaggi italiani, turismo lento e turismo attivo), con un dominio internet all'interno del portale Italia gestito da Enit. Le regioni capofila per ognuno dei tre sotto-temi saranno rispettivamente Emilia-Romagna, Umbria e Marche. I promotori del progetto, in una nota, hanno commentato: «Negli ultimi due anni abbiamo imparato il valore delle cose e rivalutato aspetti della vita che davamo quasi per scontati: stare insieme, viaggiare, conoscere. Lo stesso vale per il nostro Paese, oggi l'Italia è più desiderata che mai. È il momento ideale per intercettare visitatori, italiani e no». La campagna promozionale tramite la quale le regioni faranno squadra sarà sviluppata come multiplatforma, sfruttando le potenzialità di web, stampa e radio. Coinvolgerà inoltre la partecipazione di 21 «content creator» internazionali che faranno scoprire 60 borghi italiani. (riproduzione riservata)



TENARIS S.A.
Société Anonyme
Lussemburgo, 26, Boulevard Royal - 4th floor, L-2449

DIVIDENDO ESERCIZIO 2021 E DEPOSITO VERBALE ASSEMBLEA

Si rende noto che l'Assemblea degli azionisti, riunitasi il 3 maggio 2022 in sede ordinaria, ha approvato il bilancio annuale e il bilancio consolidato relativi all'esercizio 2021 e il dividendo annuo per un importo di US\$ 0,41 per azione e US\$ 0,82 per ADR, includendo l'acconto già pagato il 24 novembre 2021 nella misura di US\$ 0,13 per azione e US\$ 0,26 per ADR. Di conseguenza, la Società effettuerà il pagamento agli azionisti il 25 maggio 2022, con stacco della cedola fissato per il 23 maggio 2022 e record date fissata per il 24 maggio 2022, per un importo di US\$ 0,28 per azione emessa e in circolazione e US\$ 0,56 per ADR.

I verbali dell'Assemblea ordinaria saranno messi a disposizione del pubblico presso la sede della società in Lussemburgo, 26, Boulevard Royal - 4th floor, L-2449, presso la sede di Dalmine S.p.A. in Dalmine (BG), Piazza Caduti 6 luglio 1944 n. 1, presso la Borsa Italiana S.p.A. in Milano, Piazza Affari n. 6 entro i termini di legge. La documentazione sarà inoltre disponibile, sempre nei termini di legge, sul sito internet della società: <https://ir.tenaris.com/>, sul sistema di Stoccaggio Autorizzato NIS-Storage (www.emarketstorage.com) e sul sito internet della Borsa Valori del Lussemburgo: www.bourse.lu

Cecilia Bilezio
Segretaria del Consiglio di Amministrazione

Lussemburgo, 3 maggio 2022