

## PREMIO SODALITAS GIORNALISMO PER IL SOCIALE

### LA PAROLA AI TESTIMONI



**Marco Vernocchi, Global Lead “Media & Entertainment” Accenture e Francesca Patellani, Responsabile Corporate Citizenship Accenture**

*Dott. Vernocchi, dal suo privilegiato osservatorio verso quale direzione si sta muovendo l'informazione?*

L'informazione è duttile per natura e si sta muovendo in molte direzioni. Credo che nel lungo termine ci sia una polarizzazione verso modelli più “social” quindi User-Generated Content: comunicazione che nasce dalla base. Nella comunicazione classica ci sarà, invece, una polarizzazione che dovrà privilegiare la qualità non solo di quello che si scrive ma anche di chi lo scrive: una sorta di progressivo orientamento verso una specie di star system.

*In alcuni Paesi del mondo, ad esempio in India, la carta stampata sta avendo un incremento...*

Questo è guidato, innanzitutto, dal fatto che la carta stampata sta soffrendo ma è lontana dallo sparire. Non si tratta di una transizione da un modello all'altro ma di una sovrapposizione di due modelli che per parecchi anni continueranno a convivere. L'India sta vivendo un momento di grande espansione demografica ed economica per cui la carta stampata rappresenta la modalità più naturale, ma questo va di pari passo con una crescita molto forte anche dei modelli digitali.

*Come le nuove tecnologie digitali possono aiutare la comunicazione sociale?*

C'è una capacità di raggiungere le persone interessate, una capacità di fare proselitismo e di attirare l'attenzione che è straordinariamente superiore. C'è la possibilità, attraverso le nuove tecnologie, di trovare altre fonti di finanziamento, quindi creare un circolo virtuoso.

*Dott.ssa Patellani, in Lombardia nel corso del 2010 sono stati stanziati 4 miliardi di euro per la Corporate Social Responsibility. Quali sono le iniziative di responsabilità sociale di Accenture?*

Accenture è impegnata nel mondo a creare, entro il 2015, skill e competenze per poter impiegare 250.000 persone. Anche in Italia stiamo lavorando su questi temi: l'employability, l'orientamento dei giovani nel mondo del lavoro e la creazione di skill anche manuali per andare a trovare un'occupazione. Ci stiamo impegnando con fondazioni ed associazioni che fanno attività di tipo solidale verso persone con disagio sociale, immigrati o persone che non hanno avuto opportunità di studiare per fornire capacità, competenze e skill così che possano avere maggiori opportunità nel futuro.



**Simona Panseri, Corporate Communications and Public Affairs Manager Italy Google**

*Google è uno strumento che può aiutare lo sviluppo della comunicazione sociale?*

Se usato correttamente Google può senz'altro aiutare questo sviluppo, così come Youtube che è la piattaforma di videosharing. Credo che con l'accesso all'informazione attraverso il web è possibile individuare, in modo molto preciso, gli interlocutori che sono interessati al nostro contenuto e raggiungerli con uno sforzo estremamente piccolo rispetto all'utilizzo dei media classici. Nei mezzi tradizionali c'è una barriera all'ingresso che è dettata dalle scelte redazionali; invece attraverso un blog, Youtube o qualsiasi altro strumento che le organizzazioni non profit decidano di utilizzare, c'è la possibilità di raccontare le proprie storie che vengono indicizzate, così da diventare ricercabili e visibili.

*Esistono strumenti che Google dedica al Non Profit?*

Google Grants offre alle Onlus la possibilità di avere un quantitativo di pubblicità gratuita sul motore di ricerca: quindi si può ottenere gratuitamente Adwords e si può usare per dare visibilità ad iniziative, per trovare volontari o fare in parte raccolta fondi. Esiste, inoltre, un blog in lingua inglese interamente dedicato al mondo Non Profit ed esiste un mini sito "Google for Non Profit" sul quale ci sono informazioni sui servizi che noi mettiamo a disposizione e su come possono essere utilizzati nel mondo da altre organizzazioni non profit in modo da ottenere risultati importanti.

*Si possono quantificare gli investimenti di Google in questo settore?*

Non sono in grado di quantificare l'investimento di Google Grant a livello italiano perché il servizio viene erogato a livello internazionale. Esiste uno studio fatto negli Stati Uniti che si chiama "Google's economic impact" relativo all'impatto economico dell'attività di Google nel quale vengono quantificati anche i vantaggi e gli investimenti donati attraverso Google grants e ci si può fare un'idea di quello che potrebbe essere in uno stato europeo. Ci sono, inoltre, i servizi messi a disposizione gratuitamente per il non profit come le Apps piuttosto che le piattaforme di condivisione degli strumenti per il lavoro. Infine ci sono iniziative dei singoli dipendenti: attività sociali oppure iniziative di volontariato per l'alfabetizzazione informatica che sono finanziate dall'azienda.