Mondo Business Sfida comunicazione

Sotto la lente strategie e linguaggi efficaci per riuscire a imporsi in tutti i settori

CREMONA Domani torna in edicola 'Mondo business', il magazine economico gratuito per i lettori del quotidiano 'La Provincia'. La cover story del mese di febbraio è dedicata al ruolo della comunicazione, sempre più elemento decisivo e distintivo in diversi ambiti. 'Comunicare è la carta vincente' è il titolo di copertina: in quasi cinquanta pagine di inchiesta il mensile accende i riflettori sulla comunicazione a tutto campo (istituzionale, aziendale e anche quella del territorio).

La domanda è semplice: come deve essere per essere efficacie? La risposta è ugualmente semplice: coerente e trasparente. Qualità che 'pagano' in tutti i settori.

Tra i servizi più interessanti, una lunga intervista a **Stefania Romenti**, docente di Strategic communication all'Università Iulm di Milano. Romenti affronta l'argomento a tutto campo analizzando in modo particolare la comunicazione delle aziende, un vero e proprio asset che crea valore, oltre che sviluppare un rapporto di fiducia con i cittadini consumatori.

Come comunicare il territorio è la tematica sviluppata nell'intervista a **Stefano Soglia**, Destination Manager della DMO Visit Cremona. Soglia punta l'attenzione sulla necessità di creare un 'brand Cremona' che sia forte, riconoscibile e coerente con quelle che sono le numerose eccellenze del territorio: musica, liuteria e agroalimentare in particolare.

Nella storia di copertina trovano spazio anche due esempi virtuosi di aziende che in questi anni hanno puntato molto sulla comunicazione. Nel primo caso si parla di sanità pubblica con l'Asst di Cremona, nel secondo caso si parla di servizi con Padania Acque, la società in house Gestore Unico del servizio idrico integrato della provincia di Cremona.

In Mondo Business le aziende e le imprese artigiane hanno la possibilità di raccontarsi in relazione al tema della cover: otto storie molto diverse tra loro ma tutte da leggere.

Come di consueto, la sezione finale del magazine è dedicata alla vetrina delle associazioni. Oltre alle consuete storie di impresa, da segnalare una lunga intervista a **Stefano Rossi**, presidente dei Giovani Industriali della provincia di Cremona, che propone un patto fra scuola e imprese per fare di Cremona una realtà in grado di trattenere i giovani in carriera anche dopo il percorso di formazione.