

GIUSEPPE MASCITELLI (Mediolanum)Amministratore delegato di
Mediolanum comunicazione**«Vendiamo all'estero
i format creati in casa»**

In origine, nel 1989, le trasmissioni della tv aziendale di Banca Mediolanum erano registrate negli studi di «Striscia la notizia». In 16 anni ne è passata di acqua sotto i ponti. La prima società italiana ad essersi creata la tv aziendale per la comunicazione interna oggi vanta studi di registrazione propri, un notiziario settimanale e numerosi pro-

grammi di formazione. La tv per la comunicazione interna è un asset ormai ben radicato nel Dna di questa azienda ed è nato con due obiettivi. Il primo: unificare la cultura aziendale. Il secondo: fare comunicare il vertice con tutta la rete. «Si è rivelato uno strumento capace di dare un immediato vantaggio competitivo che all'inizio non volevamo concedere anche ad altri — racconta Giuseppe Mascitelli, amministratore delegato di Mediolanum comunicazione —. Poi la strategia è cambiata e abbiamo costitui-

to una società che ha già fatto una decina di tv aziendali in Italia e all'estero e ha sei progetti in corso di realizzazione».

Ma quali sono le informazioni che vengono diffuse? «C'è un programma generalista di news che viene aggiornato una volta alla settimana — spiega Mascitelli —; non scimmiottiamo i telegiornali, ma analizziamo i risvolti che i grandi avvenimenti possono avere nel lavoro dei nostri collaboratori. Noi facciamo informazione aziendale: tutto viene quindi trattato dal punto di vista della società e ad occuparsi del confezionamento non ci sono giornali-

sti ma degli autori».

Da un lato l'informazione, dall'altro la formazione. «In questo caso si sceglie un tema (ad esempio i fondi azionari) e poi viene approfondito per una settimana. Tra i corsi di formazione uno dei più importanti è senza dubbio Campus, programma di tecnica bancaria che prepara all'esame per promotori. Funziona molto bene, i risultati li abbiamo testati sui nostri stessi collaboratori: noi abbiamo il più alto tasso di promossi all'esame per promotori».

1989

È l'anno del debutto della tv di Mediolanum, nata sul modello americano - il gruppo ha anticipato gli altri e ha registrato il marchio di tv aziendale. Dal 2000 la società ha offerto il progetto ad altre imprese.