



CONFINDUSTRIA
Bergamo

EVENTI, CONVEGNI E

News

18 Giugno 2019

365 giorni di Confindustria Bergamo: Giovanna Ricuperati, Vicepresidente con delega Strategie di Territorio, Ufficio Studi, Comunicazione

Per info

L'assemblea privata di **Confindustria Bergamo** ha rappresentato un **momento di confronto** e di sintesi sulle attività negli ultimi 12 mesi. Le interviste ai vicepresidenti, presentate durante l'Assemblea, raccontano lo stato dell'arte in maniera veloce. La prima è quella a **Giovanna Ricuperati**, vicepresidente con delega Strategie di territorio, Ufficio studi e Cor

In merito alle **Strategie di territorio** Confindustria Bergamo, forte della sua sua "vision", che è quella di un territorio industriale che tende al manifatturiero avanzato con forte integrazione con i servizi innovativi e tecnologici e per l'internazionalizzazione, ha dato il suo apporto ai **"tavoli OCSE"**, chiuso accordi con le **organizzazioni sindacali** in merito alla sua posizione sul tema delle **infrastrutture**, presentato le sue osservazioni sul **Piano Territoriale di Coordinamento** della Provincia. Sono state anche **intensificate le relazioni** con altri protagonisti del territorio: istituzioni, Camera di Commercio, associazioni, le scuole e l'Università. Due esempi di positive collaborazioni sono il **"Protocollo Territoriale del Comune di Guarnizioni"** e l' **"Accademia dell'Integrazione"**. L'obiettivo è ora **proseguire il confronto** con le istituzioni e in particolare con gli stakeholder di territorio, aprendo anche gli orizzonti al di fuori della provincia.

Per la delega **Ufficio Studi**, l'obiettivo principale è garantire un sistema di **raccolta e analisi** di informazioni aggiornate sulla **pianificazione strategica** e della posizione di Confindustria. L'attività principale è la **reportistica** su aree tematiche o su particolari progetti, producendo anche informazioni a servizio delle imprese associate. Per esempio, è stata avviata una “**mappa delle retribuzioni**” che ha raccolto circa **5.000 profili** e che ha generato per le aziende partecipate un **profilo personalizzato** con il benchmark retributivo territoriale delle figure analizzate. Sono stati anche impostati **progetti di ricerca** in filiere, in particolare su bike, nautica, sanità, filiera del caseario e mobilità sostenibile. Fra gli obiettivi c'è la realizzazione di **pubblicazioni** che sistematizzino le informazioni su export, andamento congiunturale, approfondimenti sui dati di struttura produttiva, mercato del lavoro.

In merito alla **Comunicazione**, nel 2018 il focus è stato il **consolidamento** della presenza digitale su Facebook, T' Instagram, Youtube, con un totale di oltre **16.000 follower**. In particolare, su LinkedIn Confindustria è terza a su scala Confindustria e Assolombarda. L'ufficio stampa, inoltre, dialoga con le testate locali e - in funzione delle comunicazioni nazionali e con i canali televisivi: nel 2018 si sono contate **857 uscite fra stampa, web e radio/TV**, con un aumento obiettivi ci sono l'intensificazione della transizione verso la comunicazione digitale, il potenziamento della presenza nazionali, attraverso la creazione di **contenuti dedicati** in collaborazione con il Centro Studi e le altre Aree, il rafforzamento della strategia complessiva di comunicazione e dei singoli messaggi, in una logica bidirezionale che comprenda anche l' **asc associativa** e la **rilevazione di fabbisogni** e obiettivi strategici da parte delle imprese.

Nei prossimi giorni verranno caricati i video dedicati agli altri rappresentanti della squadra di Presidenza. Non perdere i r
seguì l'hashtag **#ConfindustriaBg365** sui nostri canali social ufficiali.

A cura dell'Area Comunicazione e Media Relations