



SOCIAL JOB

25 GENNAIO 2002

VITA

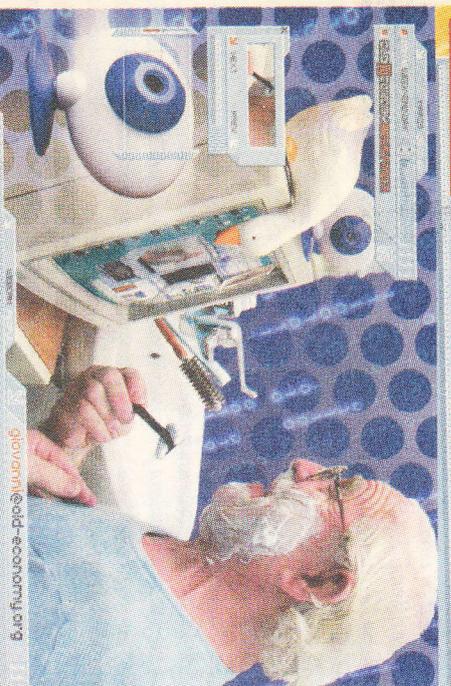
21

LE ESPERIENZE/1

Creativi e contenti

**Otto soci genuini**

A Bergamo la cooperazione sociale sbarca nella  
comunicazione pubblicitaria. Con fatturati record



## IDENTIKIT

### GRAFICA, PUBBLICITÀ, COMUNICAZIONE E IL FATTURATO VOLA A 310MILA EURO

La Piccola società cooperativa a responsabilità limitata - Genuine è stata fondata nel 2000 ed è una cooperativa di tipo A che si occupa di comunicazione sociale e d'impresa a 360 gradi.

Fra i suoi obiettivi, la creazione di posti di lavoro, spece per i giovani, attraverso la diffusione e promozione di dinamiche cooperative e mutualistiche.

Il portafoglio clienti registra attualmente un centinaio di nomi, ripartiti fra enti pubblici (10%), aziende

## A Bergamo la cooperazione sociale sbarca nella comunicazione pubblicitaria. Con fatturati record

Tutto ciò che concedono all'old style è la sede della loro "officina", prestigiosamente ospitata nell'austero Palazzo dei conti Medolago, nel cuore della città alta, a Bergamo.

Per tutto il resto, la cooperativa Genuine, 24 mesi di vita, otto soci lavoratori oltre ad alcuni collaboratori occasionali, rappresenta davvero quello che si può chiamare un nuovo, pionieristico modo di fare cooperativa.

Genuine, infatti, nata da un fisiologico spin off con il Solco di Bergamo, pur offrendo dei servizi caratteristici di una cooperativa di tipo A si distingue anche quale ponte per la diffusione di una cultura mutualistica e per una predisposizione alla creazione di posti di lavoro da new economy. Ma cosa fa e cos'è Genuine? Risponde il suo presidente Rocco Artifoni, esperto in marketing e comunicazione, che con Gigi De Filippo, art di-

rector, è l'entusiasta "papà" della frizzante cooperativa orobica.

**Rocco Artifoni:** Genuine, dalla sua recente formazione avvenuta per l'appunto due anni fa, è una cooperativa che offre nuovi strumenti e servizi alle imprese (enti pubblici e cooperative incluse) nell'ambito della comunicazione sociale, dell'informatica, del marketing aziendale. Siamo inoltre specializzati nella realizzazione di prodotti innovativi legati alla progettazione grafica multimediale e a tutto ciò che fa la Web, e-commerce compresa.

**Vita:** Otto soci lavoratori non sono pochi...

**Artifoni:** Certo, ma proprio perché uno dei pilastri fondanti di Genuine è la formazione e la creazione di nuovi posti di lavoro. Tanto per fare un esempio pratico, Pierluigi, uno dei nostri più giovani web designer, è entrato a far parte del gruppo grazie ai mesi "galeotti" passati da obiettore all'interno del Solco Bergamo. Inoltre, di recente, Genuine si è anche attivata nella promozione di specifici stage e corsi nell'ambito della comunicazione e del marketing.

**Vita:** Molti fanno ancora difficoltà a coniugare il modello cooperativo all'impresa...

**Artifoni:** ... e si sbagliano, almeno a giudicare da quelli che sono i risultati dei nostri primi due anni di attività. Siamo partiti portandoci ovviamente in dote quelli che erano i nostri rapporti di partnership maturati precedentemente nell'esperienza della Solco, quindi la maggior parte del nostro fatturato e dei nostri interlocutori provengono dal Terzo settore e dal mondo cooperativo. Oggi abbiamo quasi invertito questa tendenza, con un 50% di lavoro che ci proviene dal sociale e un 50% da aziende private ed enti pubblici.

**Vita:** Il vostro fatturato?

**Artifoni:** È un fatturato che sicuramente ci gratifica non solo quantitativamente, ma anche qualitativamente, per lo spesso e il carisma delle aziende, degli enti, delle cooperative che sempre più si rivolgono a noi per la gestione della loro immagine. Numericamente, poi, nel 2001 raddoppiammo il fatturato del 2000, che era di circa 350 milioni di lire (oltre 180mila euro).

**Vita:** Cosa date ai vostri clienti?

**Artifoni:** Offrendo una gamma davvero vasta di servizi, Genuine dà risposte mirate su piccole e grandi esigenze nel campo della comunicazione. La tendenza comunque, anche da parte del mondo dell'impresa, è ricercare messaggi e contenuti non solo efficaci e positivi ma anche responsabili, eticamente corretti. La nostra formazione, forgiata in tanti anni di attività nel mondo della cooperazione, in questo caso si rivela un vantaggio, garantendo quella apertura mentale e sociale che poi, nelle singole campagne, si traduce in flessibilità, provocazione, riflessività e innovazione. Quest'ultima è una caratteristica irrinunciabile per chi vuole creare e trasmettere una comunicazione sociale o d'impresa il più "genuine" possibile!