

# USI

# Link

Editore responsabile USI  
Comunicazione e media  
Via Lambertenghi 10A  
CH-6904 Lugano  
tel. + 41 58 666 47 92  
press@unisi.ch  
www.unisi.ch

Tiratura 2000 esemplari  
4 volte all'anno

Fotografie USI, **Ti-Press**

Grafica USI

Stampa La Buona Stampa

Newsletter dell'Università della Svizzera italiana

marzo 2009 [www.unisi.ch/usilink](http://www.unisi.ch/usilink)

## Tra strategia e comunicazione: la corporate communication all'USI



# La Corporate communication all'USI: un polo di competenze in continua crescita

È amata dagli studenti, gode di ottima reputazione e si profila sempre più come polo di competenza a livello svizzero ed internazionale: è la Corporate communication, un'area che negli ultimi anni ha assunto sempre maggiore importanza tra le molteplici componenti che animano la Facoltà di scienze della comunicazione dell'USI. Offre un indirizzo di specializzazione a livello

di Bachelor, un Master biennale e un Executive Master. In questo settore a cavallo tra la Comunicazione e l'Economia, l'USI si è imposta all'attenzione internazionale ottenendo importanti riconoscimenti, ultimo dei quali è stato il fatto che - dopo aver fatto tappa a Barcellona, Dublino e Parigi - l'International Association of Business Communicators (IABC Europe and Middle

East) ha scelto Lugano per il proprio convegno annuale. Il numero di marzo di USILink prende spunto dal convegno EuroComm 2009 per presentare l'intera area della Corporate communication dell'USI - dal livello Bachelor al dottorato, passando per i Master biennali e MSc, uno dei fiori all'occhiello dell'USI e programma di riferimento nel settore a livello europeo.

## 150 professionisti della comunicazione da tutta Europa a Lugano

Il mese scorso l'USI ha ospitato alcuni grandi nomi della corporate communication a livello internazionale quali Nick Van Praag, direttore delle relazioni esterne dell'Alto Commissariato delle Nazioni Unite per i Rifugiati (UNHCR), il prof. Cees van Riel, direttore del Reputation Institute (www.reputationinstitute.com) e Clare Woodcraft, direttrice della comunicazione per il Medio Oriente, il Mar Caspio e il Sud est asiatico della Shell Exploration & Production. Il convegno EuroComm 2009 ha riunito oltre 150 professionisti della comunicazione per discutere gli ultimi sviluppi del settore e i diversi contesti di applicazione della Corporate communication, che - come illustrato dagli approfondimenti nella pagina a fianco - non sono unicamente aziendali. Un successo in termini di partecipazione, organizzazione e qualità degli interventi, che di riflesso tocca tutta l'USI e la città di Lugano. Ne parliamo con Nina Volles, Managing Director dell'Executive Master of Science in Communications Management (MSc) e tra gli organizzatori di EuroComm 2009.

### Come siete riusciti a portare questo tipo di evento all'USI?

«I convegni di professionisti, al contrario di quelli accademici, di solito non si svolgono negli atenei ma nei centri congressi. Eppure credo che sia importante far sì che la conoscenza universitaria sia trasferita al mondo dei professionisti, poiché non ci sono ancora abbastanza "ponti" tra i due mondi. Come abbiamo fatto? Molto dipende dalla reputazione, dalle relazioni e dall'abilità di produrre risultati. Grazie al nostro Executive Master abbiamo una buona reputazione nel mondo dei professionisti - io stessa sono stata membro

della IABC per 10 anni - e gli esperti del settore hanno potuto vedere gli eventi che abbiamo organizzato in passato nell'ambito di MSc. Inoltre, con l'arrivo di Jennifer Hayes, ora abbiamo anche le risorse organizzative.»

### Quale è il valore aggiunto per i partecipanti, oltre alle presentazioni stesse?

«Un obiettivo centrale era anche quello di offrire ai partecipanti occasioni di *networking*. Soprattutto con l'attuale clima economico, coltivare i propri contatti diventa infatti uno strumento per trarre vantaggio dalle conoscenze di settore e individuare le *best practices*, cioè le esperienze di maggior successo. L'obiettivo è stato raggiunto grazie ai diversi eventi offerti a margine delle presentazioni, che hanno permesso ai partecipanti di conoscersi e di discutere le attuali problematiche del settore e quanto presentato dai relatori.»

### Quale è invece il valore aggiunto per Lugano e per l'USI?

«Ben 150 professionisti della comunicazione provenienti da tutta Europa hanno conosciuto Lugano e l'USI. Tutti sono ripartiti con un'opinione molto positiva: non so cosa si aspettassero, ma sono rimasti impressionati dal luogo, dalle infrastrutture e dalla capacità di gestire la conferenza in maniera professionale. Inoltre la visibilità garantita dalla promozione del congresso ha grande valore: si è svolta per un periodo di 4 mesi con le associazioni di relazioni pubbliche svizzera (SPRG) e italiana (FERPI). Senza dimenticare la promozione presso 12'000 professionisti della comunicazione in tutta Europa, che ha posizionato nel settore l'USI e la sua Facoltà di scienze della comunicazione.»



A destra Nina Volles Managing Director di MSc e a sinistra Jennifer Hayes, event manager.



Il manifesto di EuroComm 2009: lo slogan incita i membri dell'associazione ad investire nella propria formazione, a creare un'ampia rete di contatti e a svilupparsi professionalmente.

## Corporate communication, non solo per le aziende

Le organizzazioni operano in un ambiente sempre più complesso, che richiede una gestione attiva delle relazioni con i propri stakeholder, cioè con tutti i pubblici che in modi diversi sono portatori di interesse rispetto alle attività dell'organizzazione.

Lo scopo della "Corporate communication" - un termine difficilmente traducibile in italiano poiché va al di là della semplice comunicazione aziendale - è di gestire tutte queste relazioni. La corporate communication, oltre che per le aziende,

risulta fondamentale anche per molte organizzazioni non-profit. Ecco alcuni esempi di applicazione degli strumenti della corporate communication in contesti non aziendali, emersi durante la conferenza EuroComm 2009.

## Idee nuove per promuovere il settore umanitario

Non solo le aziende, ma anche le organizzazioni senza scopo di lucro devono posizionarsi attraverso la propria comunicazione: in questo settore la competizione si fa infatti più agguerrita e occorre lottare per ottenere fondi pubblici, sponsorizzazioni e una buona immagine presso l'opinione pubblica.

Non fa eccezione l'Alto Commissariato delle Nazioni Unite per i Rifugiati (UNHCR), nonostante una storia di quasi 60 anni e due premi Nobel per la pace: negli ultimi anni - ha spiegato Nick Van Praag, direttore delle relazioni esterne - l'organizzazione ha infatti dovuto lavorare molto sulla propria comunicazione. UNHCR è l'agenzia delle Nazioni Unite per i rifugiati e opera con un proprio marchio. Dagli studi effettuati, uno dei quali svolto dagli studenti dell'Executive Master of Science in Communications Management (MScCom) dell'USI, è emerso che le attività ed il ruolo dell'organizzazione non erano abbastanza conosciute dall'opinione pubblica e che la loro immagine nei media era piuttosto neutra. Le cause andavano ricercate nell'informazione stessa dell'Alto Commissariato delle Nazioni Unite per i Rifugiati: la neutralità della loro comunicazione si rifletteva infatti nell'immagine collettiva. Inoltre, a causa della globalizzazione, il profilo del rifugiato era cambiato creando confusione e rendendo il fenomeno più difficile da spiegare. Sulla base di questi dati e grazie agli strumenti della Corporate communication, in pochi anni l'organizzazione è riuscita a capovolgere



Inserendo in Flickr.com le parole "UNHCR protecting hand" appaiono centinaia di fotografie di rifugiati che impersonificano il logo del UNHCR, in modo da dare un volto ai profughi e ottenere maggior impatto emozionale.

la situazione riuscendo a posizionarsi con successo nel mercato delle ONG, grazie ad una migliore segmentazione dei messaggi - passando da un'immagine generica del rifugiato ad una più umana - e riuscendo a spiegare il proprio ruolo tramite uno slogan che illustra chiaramente la missione dell'organizzazione: «l'UNHCR salva e ricostruisce vite quotidianamente.» L'articolata strategia di comunicazione ha avuto grande successo anche grazie a storie di forte impatto emozionale, a preziose collaborazioni con aziende internazionali come Nike e alla presenza su praticamente tutte le piattaforme date dalle nuove tecnologie come Google Earth, Facebook, Flickr e YouTube. Di grande impatto comunicativo, e non solo, è inoltre risultato l'uso di ambasciatori

quali Angelina Jolie, Ben Affleck e della star del basket dei Chicago Bulls Luol Deng, egli stesso con un passato da rifugiato. Una recente iniziativa che ha avuto grande eco mediatico risale a qualche settimana fa ed ha avuto luogo in Svizzera, al World Economic Forum di Davos: Richard Branson (CEO di Virgin) e altri importanti personaggi del mondo economico hanno sperimentato in prima persona, grazie ad un realistico gioco di ruolo, cosa significhi essere rifugiato per qualche ora. E poi hanno raccontato ai media l'esperienza, benché fittizia, di fuggire da attacchi di ribelli, attraversare campi minati, avere a che fare con guardie corrotte, sopravvivere grazie al mercato nero e vivere in un campo profughi - dando così voce a chi normalmente non ne ha.

## In soccorso di "Madre Russia"

Corrotta, cara e complicata: questa la reputazione della Federazione Russa dal punto di vista degli investitori internazionali. Un'immagine ingenerosa ma radicata profondamente nell'immaginario collettivo, soprattutto in quello proposto spesso dai mezzi di comunicazione di massa. Julia Stonogina, vicepresidente della sezione russa di IABC, ha illustrato nel corso della conferenza tenutasi all'USI la grande sfida di costruire una reputazione migliore dell'ambiente economico e finanziario del gigante russo. Oltre agli

oggettivi problemi interni e al tumultuoso processo di modernizzazione, il sistema economico della Federazione sarebbe infatti nettamente sottovalutato, vittima di un classico problema comunicativo articolato su più livelli. Un caso significativo della portata della corporate communication intesa in senso strategico, disciplina di studio e professione in grado di contribuire non solo allo sviluppo in contesti aziendali a carattere privato, ma capace anche di favorire la crescita di sistemi sociali ancora più complessi, come

ad esempio quello di un'intera nazione. Attraverso un'analisi del contenuto dei principali quotidiani europei ed asiatici, seguita da una lunga serie di interviste in profondità con i principali pubblici di riferimento, Julia Stonogina sta infatti per concludere uno studio intitolato "Building Russia's Business Reputation", il cui scopo è quello di capire come e dove intervenire per favorire l'afflusso di investimenti stranieri entro i confini della grande "Madre Russia".

# «Un approccio strategico senza compromessi»

**Francesco Lurati, docente di Corporate Communication e direttore accademico dell'Executive Master in Communications Management (MScM) e del Master in Corporate Communication (MCC), spiega il successo di quest'area.**

## Perché la corporate communication?

Oggi la corporate communication, in un contesto altamente complesso e competitivo come quello in cui ci troviamo, ha assunto un ruolo rilevante. È infatti chiamata, con altre funzioni, a definire lo strategic plot dell'azienda come pure a proiettare quest'ultimo con l'intento di influenzare i paradigmi di mercato. Quindi un ruolo altamente strategico. A tale scopo il comunicatore d'azienda opera su due campi. Quello identitario, contribuendo allo sviluppo dell'assetto valoriale dell'azienda e quello relazionale, con i suoi pubblici di riferimento. Il sostegno da parte di quest'ultimi è essenziale; da un lato infatti si evitano costi di transazione che oggi, sappiamo, possono potenzialmente essere molto elevati, e d'altro lato, si arricchiscono le conversazioni strategiche con contributi provenienti appunto dalla rete relazionale.

## Un'area di studio fondamentale all'interno della Facoltà di scienze della comunicazione. Come sono organizzate ricerca e formazione?

È l'Istituto di Marketing e Comunicazione Aziendale (IMCA) diretto dal prof Ivan Snehota ad occuparsi della ricerca e della formazione in questo settore. Quattro docenti interni a tempo pieno, venticinque docenti esterni e sei assistenti gestiscono quarantacinque corsi disciplinari, pari a 200 ECTS, in un'area specifica della laurea triennale e in due master di specializzazione biennali, ovvero il Master in Marketing e il Master

in Corporate Communication. Uno sforzo dovuto al grande successo in termini di iscritti che costituiscono il gruppo più importante della Facoltà. Questa situazione ha reso necessario potenziare l'organizzazione esistente, pianificando l'apertura nei prossimi anni di sette posizioni tra professori ordinari e professori assistenti, che oltre a svolgere le attività didattiche potenzieranno quelle legate alla ricerca.



**Francesco Lurati docente di Corporate Communication e direttore accademico dell'Executive Master in Communications Management (MScM) e del Master in Corporate Communication (MCC).**

## Qual è il segreto di questo successo?

Penso che la ragione del buon riscontro da parte degli studenti sia la visione chiara della disciplina e delle sue potenzialità, che abbiamo saputo tradurre in un programma originale basato su due assi fondamentali.

All'Università della Svizzera italiana la corporate communication, sia nel bachelor sia, e soprattutto, nel master in corporate communication (MCC), è vista come una disciplina del management e non come una funzione tattica. Questo approccio ci differenzia nettamente rispetto ad altri programmi offerti in Svizzera o all'estero. Inoltre, consideriamo la corporate communication una disciplina evidence based. Gli studenti da noi imparano ad utilizzare la ricerca come strumento di base per la gestione strategica della comunicazione.

## MScM, l'executive master in communication management, è considerato uno dei fiori all'occhiello di tutta l'USI. Come ci siete arrivati?

MScM si è ormai profilato tra i professionisti attivi nel campo della corporate communication come il programma executive di riferimento in Europa. Questo penso dipenda soprattutto dalla visione originale della disciplina descritta prima, capace di valorizzare gli aspetti strategici della comunicazione inserendoli nel management. Un'idea che ha incontrato un bisogno effettivo del mondo professionale, creandosi la propria forte nicchia di mercato. Un successo dovuto anche all'assenza di compromessi rispetto alla qualità accademica dei nostri docenti, oltre che all'attenzione quasi maniacale agli aspetti organizzativi durante le stesse settimane in cui il Master ha luogo.

Da sottolineare che l'MScM, nato dieci anni fa, ha adempito a un ruolo di laboratorio dell'area corporate communication presso la nostra Facoltà. Quanto sperimentato presso MscM ha contribuito alla progettazione dell'area comunicazione aziendale del bachelor e il master a tempo pieno in corporate communication (MCC).

## **Nasce l'OTIS PhD Grant**

OTIS, leader mondiale nel settore degli ascensori e delle scale mobili, finanzia una posizione di ricercatore assistente presso l'Istituto di Marketing e comunicazione aziendale della Facoltà di scienze della comunicazione dell'USI. Il finanziamento, sull'arco di tre anni, consentirà ad un giovane ricercatore - seguito da Francesco Lurati - di portare a termine la propria tesi di dottorato, sviluppando il proprio lavoro a partire da dati empirici e caso di studio offerti dalla collaborazione diretta con OTIS. Il giovane ricercatore diventerà infatti il suo tempo tra l'Università della Svizzera italiana e la sede di OTIS Svizzera a Friburgo, dove svolgerà un progetto di ricerca applicato.

Secondo Laurent Bruyère, CEO di OTIS Svizzera, "le competenze presenti presso l'USI ci permetteranno di sviluppare una comunicazione adattata al mercato svizzero, mercato che ha la maggior densità pro-capite di ascensori al mondo". Gian Anton Zardini, direttore commerciale di OTIS Svizzera aggiunge che "con questo progetto approfittiamo della capacità dell'USI a coniugare analisi teorica e approccio pragmatico nella ricerca delle migliori soluzioni".

L'accordo è stato firmato lo scorso 19 febbraio alla presenza del CEO Laurent Bruyère, del direttore commerciale Gian Anton Zardini e del Prof. Henry Peter, membro del Consiglio di Amministrazione

di OTIS. Per l'USI erano presenti il Presidente Piero Martinoli, il Decano della Facoltà di scienze della comunicazione Bertil Cottier, il direttore dell'Istituto di Marketing e Comunicazione Aziendale Ivan Snehota, il docente di Corporate communication Francesco Lurati e il segretario generale dell'USI Albino Zraggen.

# La filosofia di MScom per la Croce rossa

Yves Daccord, a capo della comunicazione del Comitato internazionale della Croce rossa dal 1997, ha riformato la struttura comunicativa dell'organizzazione anche attraverso MScom. Un progetto che ha visto sfilare sei dei suoi collaboratori più stretti per l'Executive Master dell'USI. Qui ci racconta la valenza di un approccio strategico alla corporate communication.

**Israele, Territori occupati, Sudan, Yemen, Caucaso e Georgia: lei ha lavorato sul campo per diversi anni, qual è la valenza operativa della corporate communication in contesto umanitario?**

La comunicazione è una componente vitale del lavoro umanitario della Croce rossa. L'ambiente in cui operiamo è ogni anno più veloce, globale, polarizzato e pericoloso, perciò penso che sia sempre più importante non comunicare di più, ma comunicare meglio. Questo obiettivo, che ha impatti molto rilevanti anche sul piano operativo, lo si può raggiungere solo attraverso l'integrazione della comunicazione all'interno del management. È questa la via di MScom ed è questa la via per raggiungere due obiettivi fondamentali. Il primo è la creazione di un'identità condivisa forte all'interno dell'organizzazione; la seconda è la costruzione di una reputazione esterna che risulti davvero conforme agli obiettivi che ci si è prefissi.

**Come è strutturata la comunicazione del Comitato internazionale della Croce rossa?**

Nella nostra organizzazione lavorano circa 12 mila persone in tutto il mondo; 5 mila di esse sono altamente qualificate e 300 di loro sono attive nel settore della comunicazione. Il nostro budget complessivo su questo fronte varia dall'otto al nove per cento di quello totale dell'organizzazione.



Yves Daccord, a capo della comunicazione del Comitato internazionale della Croce rossa dal 1997 ©ICRC

## **MScom Excellence-in-communications Lectures**

Non c'era nemmeno un posto libero all'ultima edizione del *MScom Excellence-in-communications Lecture* - il ciclo di eventi pubblici che portano in Svizzera esperti internazionali per parlare di temi legati alla comunicazione - che si è tenuto qualche mese fa negli uffici di Google a Zurigo. Nessuno voleva perdere l'occasione di vedere Wally Olins, uno dei maggiori esperti nel campo della corporate identity e del branding. Nel corso degli ultimi anni si è formata una vera e propria comunità di professionisti che ruota attorno ad MScom, alla sua associazione di alumni e a questi cicli di conferenze pubbliche. Gli eventi hanno lo scopo di promuovere l'importanza della comunicazione nei contesti organizzativi odierni e di coltivare il rapporto tra la ricerca universitaria e i professionisti che operano quotidianamente sul campo. Il ciclo, che vede due appuntamenti l'anno ed è ospitato da importanti multinazionali con sede in Svizzera, continuerà il prossimo 8 giugno presso la sede della PricewaterhouseCoopers di Zurigo. David J. Vogel - professore della Haas School of Business e del dipartimento di scienze politiche della University of California, Berkeley - discuterà il potenziale ed i limiti della responsabilità sociale delle aziende in una moderna economia di mercato. Maggiori informazioni su [www.mscom.unisi.ch](http://www.mscom.unisi.ch).

## **Anche la Global Alliance sceglie l'USI**

La Global Alliance for Public Relations and Communication Management, l'organizzazione internazionale che riunisce i professionisti attivi nel settore delle relazioni pubbliche a livello globale, ha scelto l'Università della Svizzera italiana quale sede del nuovo Global Alliance Center, con l'obiettivo di coordinare tutte le iniziative dell'organizzazione nel mondo, fungendo da base operativa per il suo sviluppo.

"La creazione del Global Alliance Center all'USI è un passo storico per la nostra organizzazione" ha dichiarato Colin Farrington, direttore della Global Alliance e direttore generale del Chartered Institute of Public Relations, l'associazione di categoria del Regno Unito. "Diversi fattori ci hanno spinto a selezionare l'USI quale sede della nostra organizzazione. Tra questi soprattutto il fatto che l'Università della Svizzera italiana abbia saputo profilarsi quale centro di competenza

di grande qualità per le relazioni pubbliche e la comunicazione, a livello internazionale. In questi anni abbiamo collaborato con successo con l'Executive Master of Science in Communications Management (MScom) della Facoltà di scienze della comunicazione, un programma di formazione superiore che ha dato prova di essere il punto di riferimento qualitativo per i manager attivi nel settore della comunicazione. Questi fattori, uniti alla tradizionale neutralità svizzera, fanno di Lugano il luogo ideale per la nostra organizzazione. In questo modo sarà possibile allargare la collaborazione in aree importanti quali la formazione dei professionisti, gli standard etici, la qualità".

A dirigere il Global Alliance Center in qualità di Segretario Generale sarà Nina Volles, la quale continuerà anche nel lavoro di Managing Director di MScom. In una prima fase le attività del Centro saranno focalizzate sulle

relazioni con i membri di Global Alliance, alla gestione del suo bilancio, alla ricerca di sponsor e all'organizzazione di eventi. In una seconda fase il Centro contribuirà a migliorare gli standard formativi così come la ricerca applicata. "È un onore lavorare per conto della Global Alliance" - ha dichiarato Nina Volles, che sarà affiancata da Jennifer Hayes in qualità di Executive Officer - . "La comunicazione sta diventando una pratica sempre più internazionale e le associazioni di professionisti devono reagire a questo trend, aumentando le loro collaborazioni. La Global Alliance vuole essere l'avanguardia di questo movimento globale, nel suo settore di competenza".

## 14 maggio 2009: la Giornata della ricerca

Come può il Fondo Nazionale Svizzero per la Ricerca Scientifica (FNS) contribuire alla carriera accademica di un dottorando, di un post-doc o di un professore? Cosa occorre prendere in considerazione quando si scrive una proposta? Quali sono i criteri ed i processi di valutazione del FNS? Questi sono solo

alcuni dei temi affrontati nella Giornata della ricerca, dedicata dal FNS a tutti gli interessati alle attività scientifiche della Svizzera italiana. Un'occasione unica per informarsi e per porre domande mirate direttamente ai responsabili del Fondo Nazionale Svizzero. La giornata propone seminari e stand informativi sui

diversi strumenti del FNS rivolti ai ricercatori di ogni età. Sarà anche possibile discutere con i rappresentanti di altri strumenti di finanziamento svizzeri e internazionali (CTI e progetti UE). La manifestazione avrà inizio alle 11.30 di fronte all'auditorium dal Campus di Lugano.

### Il programma

11:30 – 12:30

#### **Panini, Scienza e Caffè**

Stand informativi sugli strumenti di finanziamento attorno ad un buffet e con la presenza di rappresentanti di diversi settori.

12:30 – 13:10

#### **Tanta scienza per la società**

*Il FNS e l'USI.* Dieter Imboden, presidente del Consiglio Nazionale della Ricerca FNS  
*Dieci anni di ricerca all'USI.* Piero Martinoli, presidente USI

#### **Gli strumenti del FNS**

*Una panoramica.* Daniel Höchli, direttore FNS

13:15 – 14:15

#### **Promuovere le idee e l'innovazione con la ricerca libera**

I progetti di ricerca «libera» sono lo strumento principale di finanziamento della ricerca del FNS. Permettono di finanziare dei lavori di ricerca di base su temi scelti dai ricercatori stessi. In tre workshop sono presentate le modalità di partecipazione e i criteri di valutazione.

- Scienze umane e sociali (con DORE)
- Matematica, scienze naturali e ingegneristiche
- Biologia e medicina

14:30 – 15:30

#### **Promuovere la collaborazione, le carriere e i talenti**

Tre workshop per diversi strumenti del FNS: le borse per i ricercatori; il sostegno delle nuove leve a livello professorale; «Ambizione», che sostiene i ricercatori che desiderano realizzare un progetto indipendente; «Sinergia», che promuove la collaborazione fra diversi team di ricerca; e i progetti interdisciplinari.

- Borse per un soggiorno di ricerca all'estero
- Professori borsisti e il programma Ambizione
- I progetti interdisciplinari e il programma Sinergia

15:30

#### **Un ultimo caffè insieme**

La giornata è realizzata in collaborazione con il Servizio Ricerca USI-SUPSI, l'EOC, la SUPSI e con la partecipazione di Euresearch e CTI. Maggiori informazioni all'indirizzo [www.press.unisi.ch/eventi-giornata\\_della\\_ricerca](http://www.press.unisi.ch/eventi-giornata_della_ricerca)

## Il management a sostegno della Nelson Mandela Bay

Rafforzare la sostenibilità a lungo termine di un'ONG attiva nel campo umanitario, fornendo sostegno e consulenza a livello di management. È quello che farà il CORE (il Center for Organizational Research dell'Istituto di Management della Facoltà di scienze economiche) nei confronti dell'organizzazione IMBEWU South Africa, attiva nel sostegno delle comunità che vivono nelle baraccopoli della "Nelson Mandela Bay". Grazie ad un mandato di 118'000 franchi da parte della

fondazione W.K. Kellogg, il CORE svolgerà un approfondito lavoro di studio e monitoraggio sugli ambiti del marketing, della gestione finanziaria, della comunicazione e della valutazione delle attività di IMBEWU South Africa, con l'obiettivo di rafforzare la struttura istituzionale ed organizzativa della ONG.

La fondazione W.K. Kellogg, particolarmente attenta al sostegno del settore giovanile di quell'area, finanzia da tempo le numerose attività IMBEWU South Africa, i cui progetti

coinvolgono 2500 bambini e ragazzi in programmi di sport e di formazione, con borse di studio e scambi interculturali.

Il progetto è stato promosso dal prof. David Brinberg – professore di Psicologia alla Virginia Tech e docente all'USI – in collaborazione con il prof. Erik Larsen, co-direttore del CORE. I responsabili della coordinazione e implementazione del lavoro - che si svilupperà nel corso di tutto il 2009 - sono Meghan Pierce, dottoranda presso la Virginia Tech e visiting scholar all'USI e Julien Stauffer, ricercatore assistente dello stesso CORE. Il rapporto tra CORE e IMBEWU South Africa avrà anche altri risvolti, come evidenziato dal prof. Brinberg: "La collaborazione sarà pure estesa a tal punto da creare nuove opportunità di stage per gli studenti dell'USI, opportunità che consentiranno loro di mettere in pratica nozioni e teorie apprese nei diversi percorsi di studio".



Il CORE contribuirà a rafforzare la struttura istituzionale e organizzativa di IMBEWU South Africa, attiva nel sostegno delle comunità che vivono nelle baraccopoli della "Nelson Mandela Bay"

## Le mostre di primavera, da Valerio Olgiati ad AlpTransit

**La Galleria dell'Accademia accoglie due mostre: la prima è dedicata all'architetto Valerio Olgiati, uno dei rappresentanti di maggior successo della nuova generazione di architetti svizzeri che ha ricevuto fin dall'inizio ampio consenso a livello internazionale; la seconda, invece, presenta una serie di proposte elaborate dagli studenti dell'Accademia nell'ambito del lavoro di diploma sul tema AlpTransit.**

L'esposizione *Valerio Olgiati*, inaugurata il 26 febbraio e visitabile fino al 13 aprile, è stata realizzata dall'Institut für Geschichte und Theorie der Architektur (gta) del Politecnico federale di Zurigo in collaborazione con Laurent Stalder, professore-assistente al Politecnico di Zurigo e con lo stesso Olgiati. Presenta una scelta di sette realizzazioni e progetti attraverso modelli, fotografie e piani accompagnati da immagini di grande formato; referenze importanti per l'architetto nel momento in cui progetta e concepisce un edificio e che il curatore ha definito in maniera azzecata come l'"autobiografia iconografica" di Valerio Olgiati. I suoi progetti hanno la capacità di suscitare interesse e curiosità, non solamente fra i colleghi architetti. Pur operando nella riduzione dei

materiali, delle tecnologie e degli elementi costitutivi, Olgiati realizza un'architettura suggestiva in cui si coniugano precisione concettuale, qualità artigianale ed abilità artistica.

Giovedì 7 maggio sarà inaugurata la mostra *Diploma 2008: AlpTransit* che presenta alcuni tra i migliori lavori di diploma realizzati nel 2008 lungo il tracciato della "costruzione del secolo". L'esposizione permette di apprezzare soluzioni ed idee formulate dagli studenti che hanno esaminato il territorio

ticinese lungo il tracciato che va dal portale sud della Galleria di base del San Gottardo al portale nord della Galleria di Monte Olimpino. In mostra modelli, dalla miniatura alla grande scala, piani e riferimenti presentati al pubblico come vetrina dell'attività didattica che si svolge nell'Accademia.

**Valerio Olgiati, Progetto Lago Cauma, Flims. Rendering**  
© MeyerDudesek Architekten



## Jazz e design per gli studenti dell'Accademia

**L'Accademia di architettura esce dal Campus per partecipare a due iniziative di successo in Svizzera e all'estero: la fiera internazionale MADEexpo di Milano, che ha registrato un boom di presenze con oltre 200'000 visitatori, e il Festival Jazz di Chiasso, giunto alla sua XII edizione, che ha proposto una decina di grandi concerti e numerose Dj sessions per un programma di alto livello.**

Occasioni speciali per mostrare come all'Accademia gli studenti lavorino con lo spazio, la tridimensionalità e i modelli, per ribadire il ruolo centrale della progettazione, peculiarità della sua offerta didattica.

Al MADEexpo 2009 – appuntamento da non mancare se si vuole sapere tutto di progetto, edilizia, design e architettura – l'Accademia ha allestito uno stand sempre affollato e fotografato dai visitatori, fatto di materia e di concretezza, di tanti modelli di studenti di

diversi anni. Immediatezza e chiarezza d'intenti percepite anche dagli studenti degli altri istituti universitari, che hanno affollato lo stand studiando le maquettes di Mendrisio con curiosità.

Altro campo, quello della musica, ed altro allestimento: in questo caso per il seguito Festival Jazz di Chiasso che per il terzo anno consecutivo si affida ad un gruppo di diplomati e studenti dell'Accademia per la scenografia e l'arredamento. Luci soffuse, lampade tubolari sospese nello spazio e munite di efficaci piani d'appoggio, un'ampia entrata con la zona dei tavolini, il palco degli artisti che accoglie una sorta di grande buco nero (*Buchi neri*. *Nel vortice di nuove energie musicali* è proprio il titolo dell'edizione 2009 del Festival). Sono state queste le scelte dei tre giovani architetti, affiancati da due studenti al terzo anno di Bachelor; una bella occasione che è stata vissuta come un autentico apprendistato, per verificare sul campo le proprie conoscenze.



Festival Jazz Chiasso 2009, il bar

## Agenda

Per maggiori informazioni: [www.unisi.ch/eventi](http://www.unisi.ch/eventi)

<b>Martedì</b> 24.3.2009	Campus di Lugano, Auditorium, ore 18.30 <b>Per il ciclo Altr'Arti: "Malanggan. Arte e rituale della Nuova Irlanda"</b> Barbara Gianinazzi (Museo delle Culture, Lugano)	<b>Giovedì</b> 7.5.2009	Accademia di architettura, Aula magna, ore 19.30 <b>Inaugurazione dell'esposizione Diploma 2008: AlpTransit con una conferenza dell'architetto Aurelio Galfetti (Lugano)</b> Apertura mostra: martedì/domenica ore 13.00-18.00 Galleria dell'Accademia, ingresso gratuito Chiusura: domenica 31.05.2009
<b>Martedì</b> 31.3.2009	Accademia di architettura, Aula magna, ore 20.00 <b>Per il ciclo Le sfide del XXI secolo: "La sfida del potere: società, politica e proprietà"</b> Riccardo Petrella (Bruxelles)	<b>Sabato</b> 9.5.2009	Accademia di architettura, Aula magna, ore 10.00 <b>Dies academicus 2009</b> dell'Università della Svizzera italiana
<b>Martedì</b> 31.3.2009	Campus di Lugano, Auditorium, ore 18.30 <b>Per il ciclo Altr'Arti: "Epilogo. Considerazioni finali sul tema dell'arte dell'Oceania attraverso un rimando e un confronto con l'arte europea"</b> Marco Francioli e Tiziano Dabbeni	<b>Giovedì</b> 14.5.2009	Campus di Lugano, Auditorium, ore 11.30-15.30 <b>Giornata della ricerca</b>
<b>Mercoledì</b> 1.4.2009	Campus di Lugano, Auditorium, ore 18.00 <b>I mercoledì dell'ISI. Per il ciclo Corpi e corpuscoli: "Le particelle della musica – La visualizzazione dello spazio sonoro nella musica del secondo Novecento"</b> Jürgen Mähder (USI-Università di Berlino)	<b>Martedì</b> 19.5.2009	Campus di Lugano, aula A11, ore 20.00 <b>LabiSAlp presenta Usi e abusi delle risorse energetiche delle Alpi tra passato e presente: "Il disastro del Vajont 9 ottobre 1963"</b> Maurizio Reberschak (Università di Venezia)
<b>Giovedì</b> 2.4.2009	Accademia di architettura, Aula magna, ore 20.00 <b>Conferenza dell'architetto Giorgio Grassi (Milano)</b>	<b>22-30.5.2009</b>	<b>basecamp09</b> , il festival della scienza della Fondazione Science et Cité. Sede centrale: Parco Ciani, Lugano
<b>Venerdì</b> 3.4.2009	Campus di Lugano, Aula magna, ore 08.30 <b>Convegno "La sicurezza dei pazienti in ospedale: l'approccio sistemico dell'accreditamento internazionale"</b> <a href="http://www.mecop.eco.unisi.ch/programma_ita.pdf">www.mecop.eco.unisi.ch/programma_ita.pdf</a>	<b>A Mendrisio il Dies academicus 2009</b>	
<b>Martedì</b> 7.4.2009	Campus di Lugano, Auditorium, ore 18.30 <b>Per il ciclo Altr'Arti: visita guidata alle collezioni oceaniche del Museo delle Culture</b>	Il Dies è un importante momento di incontro e di informazione sullo sviluppo dell'USI nel contesto della regione e nell'ambito delle sue relazioni con il sistema universitario svizzero ed internazionale. L'edizione 2009 avrà luogo sabato 9 maggio, a partire dalle ore 10.00, nell'Aula magna del campus universitario di Mendrisio. L'allocuzione, dal titolo "Fra regionalismo e globalizzazione: una sfida per il paesaggio universitario svizzero", è stata affidata ad Antonio Loprieno, Rettore dell'Università di Basilea e Presidente della CRUS. Maurizio Viroli, professore di comunicazione politica, terrà in seguito una prolusione intitolata "La città come principio politico e spazio urbano nella storia italiana". Come di consueto, il Dies offrirà inoltre l'occasione al presidente dell'USI Piero Martinoli di fare il punto della situazione e di illustrare gli sviluppi futuri dell'Università della Svizzera italiana.	
<b>Martedì</b> 21.4.2009	Accademia di architettura, Aula magna, ore 20.00 <b>Per il ciclo Le sfide del XXI secolo: "La sfida dell'abitare: città e cittadini"</b> Riccardo Petrella (Università di Bruxelles)	<b>basecamp09, il festival della scienza</b>	
<b>Martedì</b> 21.4.2009	Campus di Lugano, aula A11, ore 20.00 <b>LabiSAlp presenta Usi e abusi delle risorse energetiche delle Alpi tra passato e presente: "Le risorse energetiche alpine: il caso della Lombardia tra Settecento e Novecento"</b> Agnese Visconti (Università di Pavia)	basecamp09 è il nome del 3° festival della scienza proposto dalla Fondazione Science et Cité. Il Festival avrà una sede centrale nel Parco Ciani di Lugano, dalla quale partiranno numerose altre attività in altri luoghi della Città e del Cantone. Il Festival è organizzato a livello nazionale e viaggerà in sei diverse città della Svizzera (Zurigo, Lugano, Coira, Neuchatel, Ginevra e Berna). Maggiori informazioni su basecamp09 sono disponibili all'indirizzo <a href="http://www.ticinoscienza.com/festival09">www.ticinoscienza.com/festival09</a> .	
<b>Lunedì</b> 27.04.2009	Campus di Lugano, aula A11, ore 20.00 <b>LabiSAlp presenta Usi e abusi delle risorse energetiche delle Alpi tra passato e presente: "La costruzione delle centrali elettriche e l'elettrificazione nell'area alpina svizzera tra sviluppo economico e vissuto quotidiano"</b> Jürg Simonett (Museo retico, Coira)	<b>Concorso fotografico</b>	
<b>Martedì</b> 5.5.2009	Campus di Lugano, aula A11, ore 20.00 <b>LabiSAlp presenta Usi e abusi delle risorse energetiche delle Alpi tra passato e presente: "Energia idroelettrica, rendita e flessibilità del canone d'acqua"</b> Massimo Filippini (USI-ETHZ)	C'era una volta un mondo nel quale senza un collegamento telefonico si era irraggiungibili, si ricevevano le notizie ogni mattina nella buca delle lettere grazie al proprio quotidiano preferito e la sera ci si riuniva in soggiorno con il resto della famiglia per guardare i programmi dell'unica TV allacciata alla via cavo. Oggi ogni vincolo sembra essere caduto: «Wireless: comunicare in libertà» è un concorso fotografico, organizzato nell'ambito di basecamp09, che premierà le fotografie che con uno scatto riusciranno a cogliere l'essenza della comunicazione del giorno d'oggi. Maggiori informazioni sul bando di concorso, i premi e il regolamento sono disponibili all'indirizzo <a href="http://www.press.unisi.ch/eventi-concorso_fotografico.htm">www.press.unisi.ch/eventi-concorso_fotografico.htm</a>	
<b>Mercoledì</b> 6.5.2009	Campus di Lugano, Auditorium, ore 18.00 <b>I mercoledì dell'ISI. Per il ciclo Corpi e corpuscoli: "Frammenti di un'entità dissociata: il ritratto nel Novecento"</b> Francisco Jarauta (USI, Università di Berlino e Murcia)		