



Newsletter Giugno 2009

Carta, si ma quale?

La carta è ricavata dalle fibre di cellulosa, che può essere ottenuta da diverse fonti. Le fibre possono essere distinte in fibre primarie (alberi), secondarie (bamboo, canapa, alghe, gli scarti della lavorazione della frutta, i residui delle colture di mais, riso, sorgo, palma da cocco), utilizzate in larga parte per la produzione di carta per alimenti. Vi sono poi fibre riciclate (cartone, carta, cotone, lino), differenziate in fibre pre-consumer, ottenute riciclando gli scarti della carta durante la lavorazione e fibre post-consumer che trovano origine nel riciclaggio della carta usata.



Solo una parte delle fibre primarie provengono dal taglio di alberi provenienti da zone dove vi siano piani di rimboschimento. Le certificazioni in europa più comuni sono:



L'Italia è al 14° posto mondiale per superficie boschiva certificata PEFC (l'8% dei boschi è certificato) e in 8° posizione per il numero di certificati di tracciabilità (catene di custodia). La carta riciclata postconsumer deve essere sbiancata. Vengono utilizzati sbiancanti a base di cloro, sbiancanti ottici e sbiancanti alternativi (enzimi, azoto e perossido di idrogeno). Una carta che riporta la dicitura TFC è sbiancata senza utilizzare cloro; EFC senza utilizzare biossido di cloro (che produce diossina); OBA FREE senza utilizzare sbiancanti ottici. Per la produzione di carta viene utilizzata energia. Meglio dunque che sia proveniente da fonti rinnovabili. Una garanzia sulle misure adottate dalle aziende per la salvaguardia dell'ambiente sono le certificazioni EMAS, ISO 14001, ECOLABEL, Angelo Blu (Blauer Engel) e Cigno Nordico (Nordischer Shwan).

Un po' di buone notizie dalle grandi aziende



Illycaffè ha chiuso il 2008 con fatturato + 3,6%, a 280 milioni di euro, Utile 8 milioni di euro. Cresce anche il numero dei dipendenti (da 747 a 783).



Walt Disney profitti + 613 milioni di dollari, ricavi da vendita in crescita oltre la soglia degli 8 miliardi di dollari. Segnale positivo nell'attuale scenario.



Audi vendite auto - 10,7% (unità) nel marzo 2009 rispetto a stesso periodo del 2008. Ma in Cina + 6,6% e in Germania ricavi + 40 %.



Tod's, vendite in crescita nel 2008, + 9% a cambi costanti. Ricavi 2008 + 7,7% a 707,5 milioni di euro.

Borsa Italia a Maggio 2009 Variazioni% 12 Mesi (fonte il sole24ore).
Migliori "azioni" nell'ultimo anno.

Gemina Rnc	Holding di indirizzo e controllo delle società partecipate	+ 171%
Bastogi	Immobiliare, servizi per l'arte e formazione	+ 149%
Dia Sorin	Produce e commercializza kit per la diagnostica clinica	+ 44%
Ansaldo Sts	Tecnologia per il trasporto ferroviario e metropolitano	+ 20%
Amplifon	Distribuzione di sistemi uditivi	+ 19%

A cena col Business

Abbiamo letto recentemente in una brochure di un'azienda:

..grazie alla nostra leadership di mercato e al nostro processo interno disegnato per incontrare i vostri bisogni, siamo certi che troverete interessante la nostra soluzione progettata per pensare al futuro.. (non cercate su google le parole perché in parte sono state cambiate, purtroppo per loro in meglio..)

Questa realtà affligge molte delle politiche comunicative delle aziende italiane (non solo..). Vorremmo interpretare queste affermazioni azzardando un paragone con una cena galante. Un bell'uomo ha portato a cena per il primo appuntamento un'elegante signora, cosa le dirà per conquistarla? Se ha un minimo di intuito cercherà di ascoltare prima di tutto, non parlerà tutta la sera di se stesso. Per un uomo che stia tutta la sera a parlare delle sue incredibili prestazioni, delle sue doti nascoste, le probabilità di successo sono alquanto ridotte, per usare un eufemismo.



Vuoi promuovere la tua azienda? Non parlare di te stesso. Se sei costretto ad affermare di essere il migliore, probabilmente non lo sei. Esci fuori e fai in modo che la gente diventi protagonista. Dì loro come possono usare il tuo prodotto/servizio per essere migliori. Al centro del tuo mondo ci sono loro, come dev'essere al centro dell'attenzione la signora elegante della cena di prima. Smettila con l'autopromozione!

Come vendere il sapone

Come si fa a vendere il sapone? (o qualsiasi altra cosa?). Questo video (vecchiotto e in inglese tenta di convincerci delle potenzialità del viral).. Sì, vecchiotto ma i concetti sono sempre gli stessi. Sono le modalità che sono cambiate, le vecchie che si "dimenano" in attesa di tempi migliori e le nuove che si affinano con strumenti e misurazioni..



[Guarda il video.](#)

[Vai alla Newsletter del mese di Aprile](#)

[Iscriviti alla Newsletter >>>](#)

[Torna alla pagina: Archivio Newsletter >>>](#)