

*"L'istruzione e la formazione sono le armi più potenti che si possono utilizzare per cambiare il mondo" - Nelson Mandela, Premio Nobel per la pace.*

## **SG Company continua ad investire in formazione**

*E-learning: il Gruppo guidato da Davide Verdesca si adatta all'emergenza Covid-19 e, attraverso nuovi percorsi di apprendimento online, sperimenta la didattica a distanza. I manager SG coinvolti in qualità di docenti presso importanti università e accademie milanesi si confrontano per condividere valore e crescita.*

*Milano, 18 maggio 2020 – SG Company S.p.A. – principale player nella comunicazione integrata Live & Digital – ai tempi del Coronavirus e dei cambiamenti impattanti ad esso correlati, **continua ad investire in formazione**. Il Gruppo, quotato in Borsa Italiana nel segmento AIM Italia, grazie all'impegno e al coinvolgimento diretto di alcuni suoi manager, prosegue l'ampio progetto didattico iniziato prima che la pandemia da Covid-19 divenisse una triste realtà per tutto il Paese. Lo fa, però, adattandosi strettamente alle disposizioni ministeriali dettate dall'emergenza e sfruttando al meglio le opportunità che la tecnologia attualmente offre.*

Nello specifico, alcuni manager della "prima linea" di **+uno**, la Unit strategico-creativa di SG Company, sono oggi a confronto sul modo in cui le università e accademie presso cui insegnano rispondono alla crisi sanitaria, adattando i loro corsi, e su come si relazionano con insegnanti e studenti.

*"Da qualche anno partecipo come docente ad alcune lezioni all'Università Luigi Bocconi che ad oggi sono state riprogrammate a causa dell'emergenza sanitaria" – afferma **Eleonora Chiomento, Digital Creative Director di SG Company.***

Al contrario, come riporta **Omar Fulvio Bertoni, Head of Format Division** del Gruppo e docente presso l'**Accademia di Comunicazione**, continuare è possibile. Nel suo caso, ad esempio, per i due corsi del modulo "Eventi" - dall'ideazione alla progettazione – l'ente si è adeguato schedulando le lezioni attraverso la piattaforma

Zoom. "Ogni giorno si collegano tra i 15 e i 25 studenti. Le ore di corso scorrono fluide, finora ne ho impartite circa una decina. Di fatto, il primo corso da me coordinato è partito a febbraio e si è concluso a fine marzo. Il secondo è tuttora in svolgimento. L'interazione in generale è buona. L'unico reale problema sono i deficit di connessione che possono rendere spiacevole l'esposizione qualora salti ripetutamente. Sebbene preferisca l'interazione live, devo ammettere che lo strumento di e-learning con materiali a supporto può funzionare bene".

"Si può fare". Positivo e fiducioso rispetto alla didattica a distanza anche il collega, **Marco Zambaldo, Creative Strategy Director in SG Company** e anch'esso docente in Accademia di Comunicazione, che aggiunge: "Impartisco i moduli dal titolo "Strategie creative di Live Communication" all'interno del corso accademico "Eventi" tenuto da Bertoni. Le lezioni si svolgono su Zoom con il supporto costante del personale IT di Accademia. La sera prima della lezione l'ente manda una mail dettagliata agli insegnanti con accessi e processo da seguire. Viene fornita poi una lista con i dettagli e le foto di tutti gli studenti. La lezione è peculiare, la maggior parte dei partecipanti sceglie di non attivare la webcam perciò occorre cercare di coinvolgerli non ponendo domande generiche ma chiamando per nome e cognome lo studente che si intende stimolare, per spingerlo ad interagire. Si fa un po' fatica con la gestione dei video poiché l'upload non avviene live ma occorre, ad esempio, mandarsi i link a YouTube all'interno della chat. Sono soddisfatto perché al termine delle lezioni in molti interagivano. Successivamente ho ricevuto numerose email da parte degli studenti che hanno mostrato interesse e volontà di approfondire".

In Università Cattolica del Sacro Cuore a Milano, insegna invece **Umberto Cigognini, Creative Director di +uno**, che spiega: "L'Ateneo ha messo a disposizione la piattaforma Blackboard per svolgere le lezioni online in due modalità: streaming o con contenuto precedentemente registrato. Le lezioni del Master in Corporate Communication restano quattro ma si riducono nella durata. Considerato che partecipano anche studenti stranieri, in lockdown, e con diversi fusi orari di riferimento, ho preferito la modalità registrata, sebbene abbia dei limiti nella somministrazione dei contenuti. L'unico appuntamento live sarà l'esame a conclusione del percorso formativo e per il quale abbiamo voluto coinvolgere anche il nostro cliente Lenovo, nella persona di Giulia Lupidi - Marketing Flagship Manager."

Il progetto formativo nato in collaborazione con Università e Accademie italiane che vede coinvolti alcuni manager di **SG Company** rientra in un più ampio impegno da parte del Gruppo nel supportare le attività didattiche di enti e istituti di istruzione

superiore. Il confronto con queste realtà scolastiche e con gli studenti permette alla società guidata dal **CEO & Chairman Davide Verdesca** di condividere in primis valore e professionalità consolidate in ottica di crescita condivisa. Non meno importante è l'opportunità per la Company di entrare in contatto con e conoscere i nuovi talenti di domani, **generazioni future di manager e professionisti di alto livello**, con un background formativo ben strutturato e ricco.

*"Guidare i professionisti di domani nella costruzione delle proprie competenze in un contesto così in evoluzione è prima di tutto un grande stimolo e una grande responsabilità a cui come SG Company non vogliamo sottrarci" conclude **Dario De Lisi, Chief Strategy Officer** del Gruppo "Faccio parte del comitato didattico e sono docente del Master Specialistico in Management e Comunicazione degli Eventi dell'Università IULM - in partnership esclusiva con ADC Group, il Club degli Eventi e BEA (Best Event Awards) – e l'altissima adesione riscontrata è la dimostrazione che l'industry dell'entertainment è altamente attrattiva ma che necessita di un grande percorso di professionalizzazione e formazione strutturato, capace di preparare alle grandi sfide che il post-Covid ci porrà davanti".*

**SG Company S.p.A.**

SG Company S.p.A. è uno dei principali player in Italia nella comunicazione integrata Live & Digital, certificata ISO 9001, è quotata all'AIM di Borsa Italiana (ticker: SGC) dal 26 luglio 2018. La società è proprietaria di otto label che operano attivamente nei mercati B2B (Business to Business), B2C (Business to Consumer) e BTL (Below The Line): Sinergie, Centoeventi, Special, Format Division, Twico, Brainwaves, Double e Core, quest'ultima dedicata alle relazioni pubbliche e istituzionali. Con 20 anni di storia e oltre 150 dipendenti, 8 Divisioni e 1 Unit strategico-creativa trasversale, il Gruppo serve centinaia di clienti tra cui: A2A, Allianz, Alpargas/Havaianas, BMW, Dainese, DHL, Enel, Generali, Google, L'Oréal, Luxottica, Pandora e Sky. SG Company ha inoltre ideato, promosso e realizzato format di successo come: Milano Wine Week, Sneakerness (primo classificato ai Best Event Awards 2019 nella categoria Fiera), Social Music City, ONe, ObeCity e Digital Design Days.

**Per informazioni**

Ufficio stampa SG Company

Lucia Bruno: [l.bruno@sg-company.it](mailto:l.bruno@sg-company.it)

Tel: +39 02 83450143