

1. Azienda – Dati generali

Nome dell'Azienda:	TiConUno Ltd.
Area di attività:	Information Technology
Attività principali:	Web agency
Città/Paese:	Milano/Italia
Anno di nascita:	1993
Numero di filiali dell'azienda (2004):	1
Sito Internet (se disponibile):	www.ticonuno.it www.muvido.it
Numero di dipendenti:	Tempo pieno: 10; Part time: 0; Uomini: 7 Donne: 3
Giro di affari annuale (€):	450 000

2. Attività nel sociale – Argomenti principali

Aree di attività nella responsabilità sociale (CSR):	<input type="checkbox"/> Etica imprenditoriale <input type="checkbox"/> Luogo di lavoro <input type="checkbox"/> Ambiente <input type="checkbox"/> Mercato <input checked="" type="checkbox"/> Comunità
Risultati del CSR:	<input checked="" type="checkbox"/> Partecipazione della comunità
Motivi Principali per essere Responsabili:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ far distinguere la società dalle altre
Alcuni esempi di iniziative del CSR nelle aree identificate:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ conservazione di un patrimonio che potrebbe essere perso ▪ creazione e diffusione dalla memoria collettiva ▪ individuazione di un ruolo attivo di coloro che utilizzano il museo ▪ diffusione di internet
Le pratiche sociali sono integrate all'interno di una più vasta strategia di affari? Sì/No? In che modo?	No.
Benefici economici:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ forte visibilità e buona immagine all'interno di un mercato molto competitivo
Gruppi di Azionisti/ Beneficiari destinati alle pratiche sociali del CSR:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Società in generale ▪ Eventuali clienti
Benefici per la società e gli azionisti:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ conservazione di un patrimonio che potrebbe essere perso ▪ creazione e diffusione dalla memoria collettiva ▪ individuazione di un ruolo attivo di coloro che utilizzano il museo ▪ diffusione di internet
A chi e come l'azienda ha comunicato le proprie azioni:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Radio Popolare di Milano ▪ giornali ▪ televisioni ▪ siti internet ▪ Istituto Italiano della Cultura
Premi/Certificazioni/Marchi di onore	<ul style="list-style-type: none"> ▪ citata dall'Unesco nella "Guida del Millennio per la ricerca culturale sul Web": un CD allegato al "Rapporto 2000 della cultura mondiale" che segnala i siti internet come modelli di musei virtuali dedicati alla conservazione e valorizzazione del patrimonio culturale ▪ citata in "I migliori siti italiani sulla storia d'Italia" da "libreria virtuale del web a livello mondiale"
Difficoltà incontrate nella realizzazione delle Buone Pratiche:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Costo annuale del progetto
Fonti di informazione:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sito internet del progetto: www.muvido.it

3. Pratiche responsabili di affari– Descrizione

TiConUno s.r.l. è stata creata nel 1993 a Milano con lo scopo di erogare servizi editoriali nel settore della cultura. Grazie al suo forte legame con la comunità scientifica e universitaria, ha svolto un ruolo fondamentale nella diffusione di internet in Italia, organizzando meeting ed eventi.

Nel 2000, uno dei due soci della società appassionato di fotografia e radio ha lanciato insieme a "Radio Popolare di Milano" l'idea di Muvi: "Museo Virtuale della memoria popolare della Regione Lombardia". Il progetto consisteva nel creare un museo dal patrimonio fotografico perso negli archivi di famiglia.

Il progetto Muvi, attraverso il Web e una trasmissione radio ha chiesto agli utilizzatori di internet e agli ascoltatori di partecipare in prima persona alla creazione del museo virtuale con immagini, storie, ricordi.

Muvi ha contribuito alla diffusione del concetto di responsabilità sociale come uno strumento che stima e conserva la cultura, la storia e le identità locali. La grande particolarità del progetto è che il museo virtuale rappresenta la possibilità reale unica di riunire il materiale fotografico: infatti le foto di piccole dimensioni spesso non possono essere attaccate sui muri. Muvi contiene più di 7000 immagini ed è visitato da numerosi italiani e persone straniere.

Ogni settimana, durante la trasmissione di "Radio Popolare", le foto venivano accompagnate da storie, commenti, contributi...

Gli ascoltatori e i visitatori del Web contribuiscono alla progressiva raccolta di immagini: l'originale rimane al proprietario: mentre l'immagine digitale viene caricata sul sito; ogni storia personale può racchiudere significati più vasti: può diventare un strumento per conoscere la politica, l'economia, la storia culturale e sociale della Lombardia. Una grossa sezione è dedicata ai temi dell'immigrazione e dell'emigrazione.

Gli obiettivi di Muvi possono essere riassunti così:

- conservazione di un patrimonio che potrebbe essere perso
- creazione e diffusione di una memoria collettiva
- individuazione di un ruolo attivo per chi utilizza il museo

Muvi è stato inserito dall'Unesco nella "Guida del Millennio per la ricerca culturale sul Web": un CD allegato al "Rapporto 2000 della cultura mondiale" che segnala i siti internet come modelli di un museo virtuale dedicati alla conservazione e valorizzazione del patrimonio culturale.

Muvi ha anche un'altra funzione: integra i grandi mezzi di diffusione come la radio con nuovi mezzi come internet, contribuisce a diffondere le nuove tecnologie a persone che potrebbero rimanerne escluse. Anziani, persone fuori dal mondo del lavoro trovano grazie a Muvi la motivazione per utilizzare il computer e internet. Interi famiglie sono state coinvolte nel progetto: i più giovani della famiglia si occupavano di scannerizzare e inviare le foto al museo virtuale, i più anziani si occupavano di trovare, datare le foto e di scrivere le storie.

TiConUno ha stimato di investire per i prossimi 5 anni circa il 10% del suo ricavo annuale nel progetto di Muvi.

Il progetto non porta a TiConUno benefici economici che possono essere stimati direttamente. Muvi ha dato alla società una forte visibilità e una buona immagine all'interno di un mercato competitivo.

4. Utilizzo della formazione

A) Informazione aggiuntiva sull'utilizzo di questo caso di studio nella formazione (test di verifica: vasta area di buone pratiche del CSR)

Questo caso può essere utilizzato come esempio di buona pratica per la tematica "Comunità".

B) Suggerimenti pedagogici sull'utilizzo di questo caso di studio nella formazione (test di verifica: vasta area di buone pratiche del CSR)

Questo studio può essere l'occasione per discutere i seguenti temi:

- Interesse del CSR e personali passioni / Hobbies degli attori
- L'opportunità di mettere a disposizione della comunità il sapere della società (invece delle attività di sviluppo differenti dal mercato della società)