

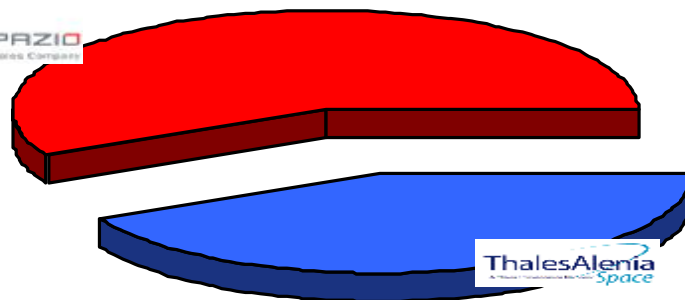
COMUNICAZIONE, MA PERCHÉ NO?



La partenza di COSMO 3 dalla base di Vandenberg ha rappresentato un vero e proprio successo per tutti coloro che hanno preso parte alla messa a punto del satellite.

Il lancio, per un'industria come Thales Alenia Space, si apre ad una platea assai vasta e questa volta si è marcata una maggiore presenza sulla stampa del brand rispetto al passato, in cui la sottoesposizione mediatica è sembrata l'unico fil rouge che avesse legato gli eventi.

Bene dunque il numero delle citazioni per Thales Alenia Space, secondo la rassegna stampa interna, con un secondo posto di tutto rispetto, che in un programma di 1.060 milioni € vede l'impegno di TAS del 70, forse l'80%!.



Se la stampa italiana ha riportato in buona sostanza la notizia del lancio, la scarsa o quasi inesistenza della cronaca dell'evento sui media internazionali rappresenta un segnale preoccupante per il futuro dei prodotti che ambiscono a penetrare sui mercati internazionali, in particolare per i satelliti di osservazione della terra.

Per questo si chiede all'Azienda di rafforzare la comunicazione sulla stampa internazionale per avere un occhio rigoroso su quelle aree che, con la propria visuale, possono aprire a nuovi e più promettenti varchi di business.

Coordinamento Nazionale Uilm

Roma, 18 novembre 2008