

RELAZIONE AGLI ASSOCIATI SULLE ATTIVITA' SVOLTE NEL 2016



Il Presidente

Fiesole, 30 marzo 2017

RELAZIONE AGLI ASSOCIATI SULLE ATTIVITA' SVOLTE NEL 2016

Premessa - *L'Assemblea dei Soci ASCAI si riunisce, in via ordinaria, in unica convocazione, a norma del comma 1.a dell'art. 5 dello Statuto, alle ore 19 di giovedì 30 marzo 2017, presso il Centro studi Cisl di Fiesole (FI) in Via della Piazzuola, 71, in occasione del XXXIII Workshop annuale dei Soci.*

In tale sede, il Presidente illustra ai presenti la Relazione annuale sulle attività e sottopone alla loro approvazione il Rendiconto economico riferito all'anno 2016, che del presente documento costituisce parte integrante.

Statuto ASCAI (estratto)

Art. 5 - Assemblea dei Soci

1. *L'Assemblea:*
 - a. *è convocata dal Presidente;*
 - b. *elegge, per la durata di un triennio, il Consiglio Direttivo dell'Associazione;*
 - c. *stabilisce le direttive generali per l'attività sociale;*
 - d. *approva il rendiconto economico annuale;*
 - e. *modifica lo Statuto.*
2. *L'Assemblea è costituita dai Soci in regola col versamento della quota di contributo annuo; si riunisce una volta all'anno in seduta ordinaria; può inoltre riunirsi in seduta straordinaria ogni qualvolta il Presidente lo ritenga necessario.*
3. *Per la partecipazione all'Assemblea è consentita la delega scritta di altro Socio.*
4. *Le decisioni dell'Assemblea sono valide con la maggioranza del 50% più uno dei soci presenti.*
5. *Le deliberazioni di competenza dell'Assemblea possono essere adottate anche mediante forme di consultazione e/o di voto elettronico e sono da ritenersi a tutti gli effetti valide quando si raggiunga il quorum della maggioranza del 50% più uno dei soci votanti.*

Care/i Soci e Consiglieri,

Sulla scia dell'anno precedente, il 2016 ha segnato una tappa molto importante per la crescita di Ascai, tanto in termini di partecipazione e consolidamento della compagine associativa, quanto sul piano della rappresentatività della categoria dei comunicatori aziendali a livello nazionale e internazionale.

In ossequio al mandato ricevuto dalla precedente Assemblea e grazie all'impegno espresso da tutti i componenti il Consiglio direttivo nell'anno appena trascorso, è giusto sottolineare il buon esito delle attività svolte, dirette in primo luogo ai Soci ed estese, con finalità non solo celebrative, alla generalità dei comunicatori d'impresa, grazie a una serie di iniziative ripercorse per punti nelle pagine che seguono.

Soci: nuovi ingressi e modalità di adesione

Nel corso del 2016 il Consiglio dell'Associazione ha accolto all'unanimità l'ingresso del nuovo Socio aziendale **Reale Group** (rappresentato da Luigi Bellotto). Con decorrenza 1 gennaio 2017, è in via di perfezionamento l'adesione di **Cromology Italia** (Simona Bargiacchi), **Gruppo Unipol** (Alberto Federici), **Enav** (Luca Morelli), **Acea** (Alessandro Sena), **Piaggio Group** (Graziella Teta), **The Boston Consulting Group** (Francesco Guidara), **Findomestic Banca** (Sabrina Losi), **Santander Consumer Bank** (Lucia Saracco), **Carispezia** (Massimo Cenci) e **Sara Assicurazioni** (Micaela Lenzo).

Sul fronte delle uscite vanno invece segnalati gli effetti legati alle trasformazioni aziendali e a riorganizzazioni interne, che hanno al momento impedito il rinnovo dell'adesione da parte di Wind (oggi Tre Wind) e di NH Hotel.

Come di consuetudine, a tali aziende viene riconosciuta l'adesione temporanea nella qualità di 'Socio Osservatore' per un ulteriore anno.

E' plausibile ritenere che il saldo decisamente positivo tra numero di uscite (due) e di ingressi (undici) rispetto al precedente esercizio, sia da ascrivere - oltre che alla crescita qualitativa dei servizi resi agli Associati - alla nuova formula di adesione, a pieno regime solo dallo scorso anno, più favorevole alle aziende. In proposito, è bene ricordare che sono



stati cancellati i requisiti dimensionali di ingresso commisurati al numero dei dipendenti, optando per un ampliamento - a quote di iscrizione invariate - della partecipazione gratuita di più marchi e rappresentanti appartenenti ad aziende componenti di un medesimo Gruppo, nei seguenti termini:

- ❖ *Socio Azienda sostenitore* € 3.000 - diritto all'iscrizione di più marchi indicati dall'azienda capogruppo e alla partecipazione gratuita a eventi, ricerche e servizi Ascai di cinque persone, di cui una in qualità di rappresentante;
- ❖ *Socio Azienda ordinario A* € 1.500 - Diritto all'iscrizione di tre marchi indicati dall'azienda capogruppo e alla partecipazione gratuita a eventi, ricerche e servizi Ascai di tre persone, di cui una in qualità di rappresentante;
- ❖ *Socio Azienda ordinario B* € 500 - Diritto alla partecipazione gratuita a eventi, ricerche e servizi Ascai di una persona indicata dall'azienda in qualità di rappresentante.

Organi statutari

Nel corso del 2016 il Consiglio direttivo si è riunito in due occasioni (15 aprile e 5 dicembre). Il Consigliere Francesco Cardamone ha concluso il suo rapporto di lavoro in Tim Telecom. A lui vanno i ringraziamenti di Ascai per il ruolo brillantemente svolto in Consiglio direttivo. Dal 1° gennaio 2017 tale ruolo è stato assunto da Paola Foglia, Responsabile comunicazione interna di Tim. Ai sensi dell'articolo 6, secondo comma, lettera e, punto primo dello Statuto, Il Presidente rappresenta inoltre ai Consiglieri riuniti in Assemblea la proposta di cooptazione in Consiglio direttivo di Alberto Federici, Direttore corporate communication e media relations del Gruppo Unipol, nuovo Socio sostenitore dell'Associazione dall'anno in corso.

ComunicaImpresa 2016

Professionisti di alcune tra le più importanti aziende italiane si sono riuniti il 30 settembre nella sede centrale di Poste Italiane per celebrare la seconda edizione di *ComunicaImpresa*, manifestazione voluta da Ascai per dare vita a un evento pubblico annuale capace di offrire maggiore visibilità alla professione del comunicatore d'impresa.

I comunicatori di 38 aziende hanno preso parte all'evento, in rappresentanza di: Poste Italiane, Unipol, Eni, Tim Telecom, Intesa Sanpaolo Spa, STMicroelectronics, Pfizer Italia, Fca, Enav, Banca Sella Holding, Whirlpool Emea, Leonardo Finmeccanica, Censis, Wired Italia, Banca d'Italia, ABB SpA, Autostrade per l'Italia, Wind, Avio Aero, GE Aviation Business, Fondimpresa, ABI, Eikon strategic consulting, Reale Mutua, Acea energia, Carraro Spa, Gimca Management, Erg spa, Nuova Banca Etruria, Piaggio & C. Spa, Kantar Insights, Prc, Basic Terzo Settore, Lab Next, Rete dei Comunicatori Professionali, Reputation Institute Italy, Switzerland & Middle East, Officina Telematica.



Tre distinti talk show hanno raccolto le testimonianze di grandi manager, accademici, esperti e responsabili di comunicazione, incontrando un generale consenso intorno al tema 'Aziende, Comunicatori e Nuovi media a confronto su Etica e Reputazione'.

Nel primo panel, interventi di Pierluigi Celli, Mario Morcellini, Massimiliano Valerii e Fabio Venturozzo, si sono soffermati su 'comportamenti, contenuti e stili di comunicazione' alla base del giusto mix per una sana reputazione aziendale.

Dopo un sondaggio online condotto tra i presenti per conoscere in diretta la loro opinione sui modelli e sugli strumenti di comunicazione capaci di favorire un buon ritorno reputazionale per le aziende, il talk successivo si è concentrato su una valutazione degli effetti che 'esperienza, deontologia e scelte del comunicatore' possono generare in favore del buon nome dell'impresa.

Un terzo panel ha infine richiamato l'attenzione dei partecipanti sulle 'opportunità e sulle criticità connesse all'adozione dei nuovi media nella difficile sfida tra visibilità e relazione'.

Con l'edizione 2016 di *ComunicaImpresa*, Ascai ha voluto dar vita a un incontro che avesse anche contenuti di specifico interesse per la categoria giornalistica. Grazie a un accordo con l'Ordine regionale del Lazio, circa 40 giornalisti hanno così potuto prendere parte alla manifestazione, con il riconoscimento di cinque crediti formativi.

Fiesole 2016

Il XXXII Workshop annuale dei comunicatori Ascai ('Digito ergo sum?' - Fiesole, 26 e 27 febbraio 2016) è stato dedicato al nuovo lessico della comunicazione, sospeso tra un linguaggio umano e un linguaggio digitale, alimentato dal processo (*ir*)reversibile imposto dai nuovi media.

Un invito raccolto con soddisfazione dai Soci per riflettere sull'importanza della centralità della persona nei processi comunicativi aziendali e sul delicato legame tra vocazione e professione di comunicatore d'impresa.



Protagonisti e animatori dell'incontro, Federico Ferrazza, direttore di *Wired Italia*; Roberto Vacca, brillante docente e ricercatore noto per le sue attività di divulgatore scientifico; Alberto Abruzzese, sociologo, scrittore e saggista, docente di sociologia della conoscenza e sociologia delle comunicazioni di massa.

I° House Meeting Ascai - Misurazione dell'efficacia della comunicazione interna



In linea con i nuovi obiettivi di sviluppo dei servizi offerti da Ascai, il 23 giugno 2016 è stato organizzato a Torino da Fiat Chrysler Automobiles il primo seminario specialistico ospitato da un'Azienda associata riservato a un ristretto teamwork di imprese, per dare vita a un confronto di idee su un modello possibile di misurazione dell'efficacia della comunicazione interna. Un'introduzione ai lavori curata dai rappresentanti aziendali

presenti e una comparazione dei loro sistemi di comunicazione interna, ha permesso di mettere in luce differenti esigenze di misurazione, legate soprattutto alla specificità dei comparti produttivi di appartenenza.

E' seguita la presentazione di un modello realizzato con successo per le aziende del settore bancario, elaborato sotto la Direzione scientifica del prof. Roberto Nelli, Responsabile studi e ricerche di Ascai, che ne ha descritto dettagliatamente la metodologia.

Alle aziende interessate è stata offerta la possibilità di adottare il modello di misurazione in via sperimentale. Il meeting torinese si è concluso con una visita didattica dello stabilimento di produzione delle vetture Maserati, Quattroporte e Ghibli.

'Dalla Carta al Web' - Primo Book-Report Ascai



In occasione di ComunicaImpresa 2016, Ascai ha presentato alla stampa e agli Associati il volume 'Dalla Carta al Web - Origini, evoluzione e tendenze della stampa aziendale in Italia'.

Un *tascabile* in cento pagine che ha voluto ripercorrere il lungo cammino della stampa aziendale, esaltante ma anche irto di difficoltà, a cavallo di due conflitti mondiali, di crisi e di riprese, di innovazioni e shock tecnologici che hanno progressivamente rivoluzionato il modo di fare giornalismo d'impresa dagli inizi del Novecento ai nostri giorni.

Un fenomeno che si è sviluppato di pari passo con le vicende economiche e sociali del Paese, spesso trascurato dalle cronache, ma ricco di significati che testimoniano il percorso e la crescita culturale di una pubblicistica sui generis, rivolta a una readership speciale, rappresentata soprattutto dai dipendenti delle grandi aziende.

Attraverso testimonianze di persone e fatti raccolte da Ascai nei suoi oltre sessant'anni di storia, il libro muove in particolare dalle vicende legate al boom della produzione editoriale dei ricchi anni Cinquanta, per poi sviluppare la fitta trama narrativa delle tensioni occupazionali e dei conflitti sindacali a cavallo del ventennio seguente, che hanno preceduto il rilancio del dialogo con i lettori e la successiva esplosione del culto dell'immagine degli anni Ottanta.

Per soffermarsi infine sulla più recente rivoluzione tecnologica dei mezzi di informazione, che ha progressivamente trasformato tempi e modi del fare informazione, anche all'interno degli ambienti di lavoro, ridimensionando nei contenuti e nei format il tradizionale 'foglio aziendale' a stampa e decretando la sua inevitabile e irreversibile migrazione verso il digitale.

L'originale ricostruzione storica offerta dal volume di Ascai è stata accompagnata dai risultati di una approfondita indagine curata dall'Università Cattolica e aggiornata dalle best practice editoriali raccontate dai professionisti della comunicazione di ventidue grandi aziende italiane.

Ricerca Ascai sulla comunicazione interna in Europa

Sul versante internazionale, in occasione del Council meeting tenutosi il 28 novembre in Estoril (Portogallo), Ascai ha accentuato la collaborazione con Feiea, la Federazione europea che riunisce le associazioni nazionali della comunicazione interna di undici paesi.

In quella sede i Presidenti delle diverse organizzazioni hanno deliberato l'approvazione di un Progetto di Ricerca sulla comunicazione interna in Europa, promosso e interamente finanziato da Ascai e affidato alla direzione scientifica dell'Università Cattolica di Milano. La rilevazione partirà dal mese di aprile 2017 attraverso la somministrazione online di un questionario calibrato sulle seguenti aree di indagine: Objectives and strategies of internal communication and key actors involved; Planning, budget and investment; Organizational approach (*existence / positioning of a dedicated unit*); Communication tools / social media; Technology adoption and relevant impact; Measurement systems (*effectiveness*); Employee engagement and correlation with internal communication initiatives; Qualitative evaluation of the internal communication system: perception of the communicator and the internal workforce (*communication climate*); Diversity; Development trends in Internal Communications. Per l'Italia la Web Survey sarà somministrata a oltre 2.300 società.



Grand Prix Feiea 2016



L'appuntamento di Estoril con il Council Feiea è coinciso lo scorso anno con la cerimonia di premiazione dei vincitori del Grand Prix europeo della Comunicazione interna, giunto alla ventitreesima edizione. Tra i premiati, come sempre alcune importanti imprese italiane, quali Enel (Best multinational communication strategy - Best internal communication event), Bulgari (Best intranet) e la nuova Associata Ascai, Reale Group (Best digital communication). Un Diploma d'onore per la rappresentanza italiana è stato assegnato a Barbara Montepilli, Responsabile eventi e comunicazione interna di Poste Italiane, nonché Socio Consigliere di Ascai.

Premio Areté alla Comunicazione responsabile

Promosso come ogni anno da Nuvolaverde con Confindustria e Associazione bancaria italiana, grazie alla collaborazione di associazioni come Ascai, il Premio Areté ha segnalato alla business community e all'opinione pubblica i soggetti che si sono distinti per l'efficacia della comunicazione nel rispetto delle regole della responsabilità. Oltre 160 i lavori a concorso presentati da aziende, enti pubblici, istituzioni, relativi a campagne pubblicitarie, progetti editoriali, eventi e iniziative con finalità di comunicazione. Il riconoscimento per la sezione 'Comunicazione interna', affidata a una giuria presieduta da Ascai, è andato alla società Samsung con il progetto 'Smart Theatre', diretto a sensibilizzare il grande pubblico

sulle conseguenze del bullismo online. Al secondo posto Acea con 'Il Capitale umano', iniziativa promossa dai dipendenti per favorire e raccontare, attraverso la realizzazione di cortometraggi di tre minuti, il cambiamento che il Gruppo ha intrapreso negli ultimi mesi. Terza piazza infine a Fca, per il progetto di coinvolgimento e comunicazione verso tutti i dipendenti del Gruppo Fca, sviluppato su un palinsesto annuale finalizzato ad attivare nelle persone una costruzione di 'pensiero sostenibile'.

La Comunicazione Web

Tutte le attività Ascai hanno trovato puntualmente spazio e larga diffusione nella Rete, grazie soprattutto alla varietà di contenuti e alla frequenza di aggiornamenti, uniti a un buon livello di usabilità, del sito istituzionale, sviluppato secondo le migliori soluzioni tecnologiche offerte dal mercato e rispondente alle reali esigenze di un portale di informazione diretto a un pubblico selezionato. Gli oltre 600 utenti unici rilevati nel 2016, in massima parte professionisti della comunicazione d'impresa, hanno fatto registrare circa 4300 visualizzazioni di pagina, per una durata media di sessione di 4 minuti e 37 secondi e un indice stimato di fidelizzazione pari al 66,1 per cento.

Ancor più significativi gli indici di lettura riferiti alla Newsletter Ascai, diffusa lo scorso anno in 20 numeri a una readership che ha superato ormai la soglia dei 500 comunicatori aziendali, registrando in dicembre un picco del 31,47% in termini di *open rate* rispetto a un'*industry average* del 14,55%. Tra gli argomenti trattati, oltre alle più frequenti notizie sulle attività associative, spiccano cronache dalle aziende, approfondimenti tecnici, segnalazioni di best practice, testimonianze di esperti e accademici.

Particolarmente vivace negli ultimi mesi anche la community LinkedIn che conta oggi 154 membri, voluta da Ascai per stimolare il confronto tra addetti ai lavori, oltre che per promuovere iniziative aziendali, progetti e best practice inerenti la professione.

Situazione economica

Il rendiconto economico riferito all'anno 2016 evidenzia un leggero incremento delle entrate derivanti da quote associative, peraltro unica fonte di finanziamento, passate da 27.600 a 30.400 euro, per effetto di quattro nuove iscrizioni nel Libro Soci per la Categoria 'Socio Azienda Ordinario A'. Un incremento mitigato da una cancellazione nella stessa Categoria e da una riduzione di quota nella Categoria 'Socio Azienda Sostenitore'.

Sul fronte delle uscite, il beneficio di una maggiore liquidità registrata a inizio 2016, non si è accompagnato a un proporzionale incremento degli impieghi complessivi, contenuti nella misura di 14.552,23 euro rispetto ai 20.875,74 euro dell'anno precedente. Tale riduzione, sebbene non coincida con la prassi amministrativa di un'organizzazione non profit, chiamata a impiegare annualmente un volume di risorse a tendenziale compensazione del contributo economico riveniente dalle quote associative, appare tuttavia giustificata dall'obiettivo, a suo tempo condiviso e approvato dagli organi statutari, di un consistente impiego della maggiore disponibilità in favore dell'attività di ricerca internazionale, pianificata per l'anno in corso, come richiamato nel sesto paragrafo di questa Relazione.

IL PRESIDENTE
(Maurizio Incletolli)

