

NOTA PER LA STAMPA

MEDIA AZIENDALI DA OGGI IN RASSEGNA E A CONCORSO SUL WEB

E' NATA UN'EDICOLA PER LE IMPRESE

UN'INIZIATIVA VOLUTA DA ASCAI PER NARRARE STORIA E CARATTERISTICHE DEI PIÙ NOTI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE AZIENDALE, VECCHI E NUOVI, E PER FAVORIRE UN'OCCASIONE UNICA DI BENCHMARK TRA I COMUNICATORI D'IMPRESA, FINALITÀ CHE HA SEMPRE ISPIRATO OGNI INIZIATIVA DELL'ASSOCIAZIONE.

AL VIA GLI ASCAI MEDIA AWARDS 2023

LIBERA COMPETIZIONE TRA MEDIE E GRANDI AZIENDE ITALIANE CHE DESIDERANO FAR CONCORRERE IL LORO STRUMENTO DI COMUNICAZIONE/INFORMAZIONE DESTINATO AL PUBBLICO INTERNO E/O ESTERNO

(Roma, 12 gennaio 2023) L'house organ, termine che per antonomasia ha identificato a lungo il giornale che parla dell'azienda e dei suoi prodotti o servizi, ha origini indubbiamente lontane nel tempo, che si fanno risalire al 1895 con la comparsa nel nostro Paese della prima vera pubblicazione di marca imprenditoriale, "La Riviera ligure di Ponente", rivista quadrimestrale di piccolo formato pubblicata dalla ditta olearia P. Sasso e figli di Oneglia.

Da allora di strada ne è stata percorsa molta. Un cammino esaltante di oltre centoventi anni, ma anche irto di difficoltà e che dura ancora, a cavallo di due conflitti mondiali, di crisi e di riprese economiche, di innovazioni e shock tecnologici, che hanno progressivamente rivoluzionato e messo in aperta discussione il modo di fare comunicazione aziendale attraverso testate 'native' imprenditoriali.

Il tramonto della carta e il nuovo culto del digitale

Il più recente campione statistico individuato da Ascai su una base di 107 grandi imprese interpellate ci dice che il 53,3% delle aziende italiane realizza almeno uno strumento di informazione e comunicazione, vale a dire un prodotto che ha una sua continuità di uscite, destinato oggi quasi indistintamente ai dipendenti, ai clienti e agli stakeholder dell'impresa.

Oggi però solo il 20% ha un'edizione cartacea, il 55% integra alla carta anche l'online e il 25% opera esclusivamente online. A uscirne ridimensionato nei contenuti e nei format è sicuramente il tradizionale 'foglio aziendale' a stampa, ormai da diversi anni verso una sua inevitabile e irreversibile migrazione al digitale. Un percorso evolutivo del resto analogo al cammino intrapreso dalle stesse imprese editoriali che nella stampa quotidiana e periodica hanno il loro core business.

Tuttavia, anche se migrazione non significa ancora estinzione, la carta sembra avere ancora il suo fascino. Questo perchè i nuovi media, con il loro linguaggio tipico di una comunicazione orale, dove tutto va compreso nel minor tempo possibile, privilegiano l'impatto emotivo, che ha la preponderanza sulla comprensibilità e sulla coerenza delle informazioni, in aperta antitesi con esigenze di approfondimento/apprendimento che solo strumenti più tradizionali avevano il privilegio di garantire in un recente passato. Quel che non si può negare è che la soluzione digitale offerta oggi da web-zine e social media, pur con tutti i limiti che ne discendono, oltre a rappresentare ormai un fenomeno di costume, non ancora culturale, ma pressoché irreversibile, si è pure rivelata per la maggioranza delle imprese uno strumento ad alto risparmio, perché stampare e distribuire carta costa. Opportunità difronte alla quale sembra contare sempre meno il soddisfacimento di una residua domanda di quei nostalgici lettori analogici annoverabili tra baby boomers o generazione X.

Una Rassegna online e un Premio Ascai 2023 ai media d'impresa

Ascai, che ha nel suo dna una particolare e costante attenzione alle vicende e alle nuove tendenze della comunicazione aziendale in Italia, non poteva comunque sottrarsi a una funzione di monitoraggio di un fenomeno che sta indubbiamente molto a cuore ai tanti manger ed esperti della comunicazione d'impresa che l'Associazione rappresenta ormai da oltre 67 anni. Per questo sul proprio sito ha voluto dare vita a una Rassegna online, '**Edicola Imprese**' (<https://www.ascai.it/Servizi/Edicola-Imprese.html>) che chiama a raccolta i mezzi di informazione e comunicazione realizzati dalle medie e grandi imprese italiane. Si parte dai primi settanta prodotti, sicuramente destinati presto a moltiplicarsi. Un'iniziativa unica in Italia, che ha lo scopo di divulgarne qualità e caratteristiche al grande pubblico, oltre che di favorire un'occasione unica di benchmark tra comunicatori d'impresa, finalità che ha sempre ispirato la mission di Ascai.



Sulla scia del successo ottenuto con la prima edizione, tornano quest'anno gli **Ascai Media Awards** (<https://www.ascai.it/Eventi/Premio-Media-aziendali.html>), libera competizione aperta a tutte quelle medio-grandi imprese italiane che desiderano far concorrere il loro miglior strumento di comunicazione, interna e/o esterna, in una delle otto categorie di premio: print magazine, e-magazine, newsletter, web radio, web tv, podcast, app e digital workplace.

Indice cronologico delle testate recensite

<https://www.ascai.it/Media-Review.html>