La comunicazione ai tempi del lockdown? Promossa a pieni voti.



La comunicazione aziendale ai tempi del lockdown promossa a pieni voti: ad affermarlo è il rapporto Censis – Ascai sulla Comunicazione di impresa in Italia. L'obiettivo della ricerca è stato quello di rilevare le modalità e i contenuti che stanno guidando i processi e i comportamenti comunicativi delle aziende nell'emergenza sanitaria, e quali sono i cambiamenti destinati ad affermarsi nella comunicazione corporate da adesso in poi.

La pandemia ha generato un'onda d'urto che ha avuto effetti importanti nella comunicazione delle aziende con i dipendenti. Cosa ha colpito nel segno? Prima di tutto l'informazione. Soprattutto nel far sentire la vicinanza, laddove per ragioni di emergenza sanitaria occorreva stare distanti: ben il 93,2% dei lavoratori italiani, fotografa il rapporto Censis-Ascai, ha avuto modo di leggere, ascoltare, guardare su giornali e riviste, in tv, radio o su Web e social l'advertising delle aziende.

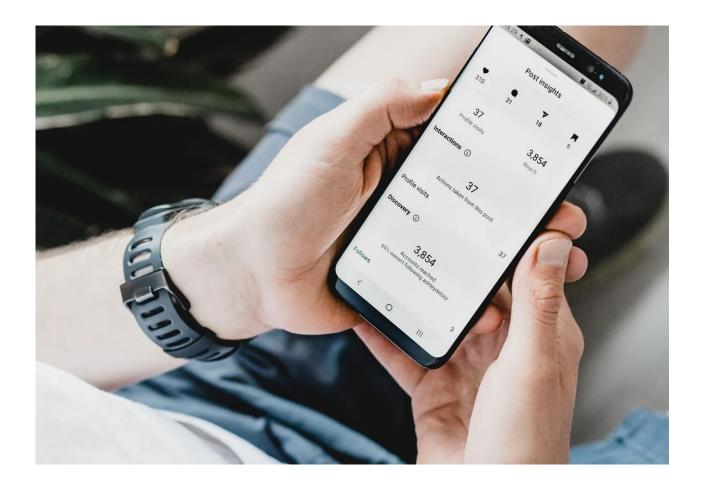


"Ampia – si legge – è stata la visibilità della comunicazione corporate, da quella mirata a ringraziare pubblicamente i propri dipendenti per l'impegno profuso, al richiamo ad iniziative di solidarietà, fino alle incitazioni a comportamenti responsabili e attenti". E le reazioni sono state più che positive: ben **il 62,4%** dei lavoratori di fronte alla comunicazione in cui si è imbattuto ha avuto una qualche **reazione positiva**, con percentuali che arrivano al 66% tra i millennial, al 66,4% tra dirigenti e direttivi, al 62,5% tra i laureati. Secondo la ricerca, questa buona pratica continuerà: per il 46,8% dei lavoratori italiani la **comunicazione aziendale** nel futuro dovrà **coinvolgere, motivare,** far sentire i lavoratori parte integrante di una comunità, con percentuali più elevate tra chi ricopre posizioni apicali (60%) e laureati (52,1%).

L'esperienza del lockdown ha radicato il bisogno di **sentirsi parte di una comunità** aziendale, che non lascia soli i dipendenti. Pensando al domani, il 52,6% degli intervistati ritiene che il peso della comunicazione aziendale nei processi decisionali crescerà ulteriormente. Come? Attraverso **trasparenza e sincerità** sul vissuto delle persone, **attenzione al posto di lavoro**, al **benessere dei dipendenti**, alla collettività.



E per quanto riguarda lo smartworking? Il tema è molto caldo, noi di eos comunica lo seguiamo da vicino. Pensando al futuro dei contesti aziendali nel post Covid-19, per il **52,6% dei lavoratori italiani ci sarà più smartworking**. L'esperimento di massa del lavoro a distanza avvenuto nel lockdown non è percepito come estemporaneo, ma destinato a **ridefinire il lavoro e il rapporto tra dipendenti e azienda**: qui si innesta una sfida decisiva per la comunicazione aziendale interna, percepita come fondamentale nel garantire la coesione dentro comunità aziendali alle prese con **modelli ibridi di erogazione del lavoro tra distanza e compresenza fisica.**



Questo sentiment trova corrispondenza anche nell'altro lato della medaglia, quella dei **comunicatori aziendali**. Stando all'indagine Censis-Ascai il 78,2% valuta in modo ottimo o buono l'operato complessivo della comunicazione aziendale durante il lockdown che ha avuto anche il ruolo decisivo di massimizzare l'impatto delle iniziative adottate durante l'emergenza: dall'adozione di politiche e strumenti per il lavoro a distanza (100%), ad iniziative di responsabilità sociale di impresa (78,2%), a quelle di formazione (75,6%), a iniziative di riconoscimento pubblico dell'impegno dei dipendenti (75,6%), fino all'attivazione di strumenti di caring per la gestione della vita lavorativa e privata (66,7%). Nel futuro della professione due parole d'ordine:**innovazione e integrazione**: per l'83,3% degli intervistati sarà necessario da una parte sviluppare nuove competenze digitali, culturale e relazionali per stare al passo coi tempi, dall'altra rendere più forte l'intreccio tra **comunicazione interna e comunicazione esterna.**

Per la visione integrale del rapporto Censis-Ascai clicca qui.