

RELAZIONE AGLI ASSOCIATI SULLE ATTIVITA' SVOLTE NEL 2015



Il Presidente

Fiesole, 27 febbraio 2016

RELAZIONE AGLI ASSOCIATI SULLE ATTIVITA' SVOLTE NEL 2015

Premessa - *In considerazione della scadenza del mandato triennale (2013-2015) affidato dall'Assemblea al Consiglio direttivo in carica, il Presidente uscente ha ritenuto opportuno riunire l'Assemblea dei Soci secondo la formula ordinaria, anziché per via telematica, in unica convocazione, a norma del comma 1.a dell'art. 5 dello Statuto alle ore 17 di venerdì 26 febbraio 2016 e, in seconda convocazione, alle ore 9,00 di sabato 27 febbraio 2016, presso il Centro studi Cisl di Fiesole (FI) in Via della Piazzuola, 71, in occasione del XXXII Workshop annuale dei Soci.*

In tale sede, la presente Relazione e il Rendiconto economico 2015 che ne costituisce parte integrante, vengono sottoposti ad approvazione dell'Assemblea, quale atto propedeutico al rinnovo dei componenti il Consiglio direttivo per il triennio 2016-2018, da effettuarsi con espressione di voto a maggioranza del 50 per cento più uno dei presenti e delle deleghe accertate, sulla base delle candidature proposte dal Presidente attraverso la lista allegata, salvo modifiche o integrazioni da accogliere preliminarmente alle operazioni di voto su eventuale mozione espressa da uno o più Soci.

Care/i Soci e Consiglieri,

Il 2015 ha rappresentato una tappa di grande rilievo per l'Associazione in ragione della coincidenza con il sessantesimo anniversario della sua costituzione formale, avvenuta il 2 febbraio 1955 a Milano con l'adozione del suo primo Statuto e della denominazione di Asai (Associazione della stampa aziendale italiana).

Su mandato del Consiglio direttivo sono state sensibilmente potenziate in corso d'anno le attività 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.

ComunicaImpresa 2015

Circa settanta comunicatori di alcune tra le più importanti aziende italiane si sono riuniti il 30 settembre a *ComunicaImpresa*, manifestazione ospitata per la prima volta nella Sala Stampa di Telecom Italia a Roma e realizzata con il proposito di dare vita ad un evento pubblico annuale dell'Associazione.

Tre distinti talk show hanno raccolto le testimonianze di grandi manager d'impresa, sociologi, esperti e responsabili di comunicazione interna, incontrando il generale consenso dei partecipanti.

Primo tema di confronto, con gli autorevoli commenti di Pierluigi Celli, Monica Fabris e Massimiliano Valerii, si è concentrato sugli effetti che l'attuale congiuntura economica e sociale sta producendo sui sistemi di comunicazione e sugli stili di un management cui è affidata, oggi più che in passato, la responsabilità di un efficace sistema di informazione e, soprattutto, lo sviluppo e una sana gestione di buone relazioni all'interno delle aziende.

Il talk successivo è stato invece dedicato interamente alla professione e ai mille volti del comunicatore, al quale l'attuale società dell'informazione impone una frequente rivisitazione delle strategie comunicative e un riposizionamento di ruolo, tra criticità e opportunità, condizionato dal mutare continuo degli obiettivi posti dall'azienda e dai suoi stessi stakeholder.

Un terzo panel ha infine coronato il successo della giornata Ascai soffermandosi su una questione tra le più gettonate dai comunicatore interno: di fronte al bivio "Carta sì, Carta no", come assicurare efficacia ai media aziendali armonizzando le soluzioni più tradizionali con le molte opportunità offerte dall'innovazione tecnologica e dal pianeta dei social media.

51 le aziende che hanno partecipato alla prima edizione di *ComunicaImpresa*: Acea Distribuzione - Acea Energia - Agenzia delle Entrate - Altravia - Amicucci Formazione - ABI - Avio Aero - Banca d'Italia - Banca Etruria - Banca Monte Paschi di Siena - Basilichi - Beretta Fabbrica Armi - BNL Bnp Paribas - Bper Banca - Business Value - Banca Carige - CariParma - Carraro Group - Censis - Class Cnbc - Cr Asti - Enav - Enel - Episteme - Ergo Italia - Ericsson - FCA - Findomestic Banca - Gruppo FS Italiane - Il Mestiere di scrivere.com - Intesa SanPaolo - Istat - Lab Next - Napoli Calcio - Pfizer - Piaggio - Poste Italiane - Proforma - Rete Comunicatori Professionali - Reteconomy - Rivista TIR - Sanofi - SIA - Skyframe - Telecom Italia - Total Erg - Tribuna Economica - UBI Banca - Unicredit - Università Cattolica del Sacro Cuore - Wind.

Rapporto sull'editoria aziendale in Italia

Ascai ha presentato il 3 dicembre a Milano in un Rapporto i risultati della ricerca condotta su oltre cento grandi imprese in collaborazione con l'Università Cattolica per verificare stato ed evoluzione delle pubblicazioni aziendali. L'evento ha messo in luce il grande interesse e impegno delle aziende italiane sul fronte dell'editoria specialistica, rivolta principalmente al pubblico interno. Più della metà delle imprese italiane è attiva su questo fronte, a prescindere dal canale utilizzato.

Oltre la metà del campione dell'indagine (53,3%) pubblica almeno un periodico ed il 20% ha un'edizione solo cartacea, il 55% integra alla carta anche l'online e il 25% opera esclusivamente online. In quest'ultimo caso, per il 45% si tratta di una testata 'migrata digitale' che ha sostituito una precedente testata cartacea e per il 55% di una testata 'nativa digitale'.

Qualunque sia il canale prescelto (fisico o digitale), o il format (house organ, newsletter o e-zine), le imprese italiane non hanno perso la buona abitudine di parlare ai loro dipendenti attraverso le pubblicazioni periodiche.

Va tuttavia precisato che, pur in presenza di una forte innovazione delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, prevale la tendenza a proporre in rete la stessa

tradizionale versione tipografica del periodico, con testi e linguaggi adatti a essere letti e approfonditi su carta piuttosto che su pc o tablet: infatti nei casi di coesistenza di periodici cartacei e digitali, ben l'81,8% ha l'edizione online che replica esattamente quella cartacea, mentre nel restante 18,2% l'edizione online è diversa per contenuti, aggiornamenti e formati multimediali, e solo parzialmente aperta alla condivisione e partecipazione dei lettori.

Complessivamente, i new magazine online che nascono dal cartaceo sembrano più aperti alla condivisione rispetto alle pubblicazioni native digitali. C'è tuttavia ancora molto da fare affinché house organ e newsletter realizzate dalle aziende italiane per i loro dipendenti riescano a sfruttare al meglio le opportunità offerte dalle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione.

Occorre muoversi sempre più verso formule social di condivisione del prodotto editoriale. Resta poi il terreno ancora poco esplorato della produzione di contenuti crossmediali. La comunicazione aziendale nel futuro sembra più che mai orientarsi alla riscoperta di valori che l'innovazione tecnologica difficilmente è in grado di sostituire. Il riferimento va all'esigenza di privilegiare una relazione più diretta tra impresa e persone, puntando su un loro coinvolgimento emozionale, che rispetti al tempo stesso le culture individuali.

Impegni in ambito internazionale

Anche sul versante internazionale Ascai ha proseguito nella stretta attività di collaborazione con Feiea, la Federazione che riunisce in Europa le organizzazioni nazionali rappresentative delle aziende più attive nella comunicazione aziendale in 11 paesi del continente e che lo scorso anno, analogamente ad Ascai, ha celebrato il 60° anniversario dalla fondazione.

Proprio la concomitanza dei due anniversari è stata l'occasione per ospitare a Roma, presso Palazzo Altieri, i comunicatori europei per la cerimonia di premiazione del Grand Prix della Comunicazione Feiea, giunto quest'anno alla ventiduesima edizione.

La lista dei premiati da tutta Europa non poteva non includere importanti imprese italiane come Intesa Sanpaolo (prima classificata nelle categorie migliore strategia di comunicazione multi-nazionale e migliore comunicazione audio-visiva), Wind (migliore pubblicazione destinata ai dipendenti) ed Enel (Secondo posto come migliore evento di comunicazione interna).

L'evento, in linea con gli obiettivi istituzionali di Ascai, ha costituito anche una preziosa opportunità per confrontare, nel corso di una sessione di benchmarking, metodologie e strumenti di comunicazione interna, grazie alle testimonianze di professionisti della comunicazione provenienti da diversi paesi.

Il 2015 è stato inoltre un anno importante per Feiea che ha lanciato una nuova immagine istituzionale e ha completato l'attività di revisione dei processi amministrativi e organizzativi interni grazie alla quale potrà fornire maggiore valore aggiunto alle Associazioni aderenti, attraverso l'istituzionalizzazione di un'attività di benchmarking paneuropeo, in cantiere per il 2016, e la certificazione di qualità delle strutture aziendali di comunicazione interna (services, skills e outputs) attraverso un rigoroso processo di auditing, la cui fase pilota, tenuta in Portogallo, si è completata con soddisfazione.

Nel corso dell'anno la Federazione, oltre continuare nell'attività di rappresentazione presso le istituzioni europee, si è arricchita dei preziosi punti di vista e dei contributi della Spagna, grazie all'adesione di Dircom, l'associazione dei professionisti della comunicazione del paese iberico, e del Belgio con l'adesione di Bvic, l'associazione dei comunicatori di lingua fiamminga.

Premio Areté alla Comunicazione responsabile

Promosso da Nuvolaverde con Confindustria e ABI grazie a associazioni come Ascai, il Premio Areté (in greco un percorso virtuoso di pensiero, sentimento ed azione) ha segnalato anche lo scorso anno alla business community e all'opinione pubblica i soggetti che si sono distinti per l'efficacia della comunicazione nel rispetto delle regole della responsabilità.

Circa 160 i progetti presentati da aziende, enti pubblici, istituzioni, associazioni non profit e agenzie di comunicazione e consulenti che abbiano curato la comunicazione o la produzione di loro prodotti e servizi (campagne pubblicitarie, progetti editoriali, eventi e in generale qualsiasi iniziativa con finalità di comunicazione).

Il riconoscimento Ascai per la sezione 'Comunicazione interna' è andato alla società Pwc con il progetto 'A different Job', incentrato sull'iniziativa dei collaboratori dell'azienda che per un giorno all'anno hanno impegnato il loro tempo in un lavoro nel sociale. Al secondo posto Pfizer con 'Dnalphabet', programma di diffusione della cultura della diversità in azienda, seguito da Unicredit Foundation con 'Gift Matching Program', attività di donazione a cui partecipano 1500 dipendenti di 16 paesi.

Tavolo comune per la comunicazione d'impresa

Le professioni nate per creare "un sistema di relazioni" sono tante, diverse, sempre più specializzate e investono un universo di oltre 100 mila esperti: senza voler cercare una "casa" comune, relazioni pubbliche, relazioni istituzionali e comunicatori sono alle prese - con modalità diverse - con il riconoscimento pieno del proprio profilo professionale.

Il 24 novembre, a Roma, il Centro di documentazione giornalistica ha dato vita a un tavolo d'incontro tra i Presidenti delle principali organizzazioni rappresentative delle professioni di comunicatore (Ferpi, Ascai, Comunicazione pubblica, Assorel e Unicom) come utile momento di confronto e dibattito, ma anche prezioso punto di partenza per fare sistema e per verificare la possibilità di percorsi e istanze condivise, favorendo le autonomie e le specificità in diversi ambiti di attività.

Ascai ha per l'occasione portato il suo contributo mettendo in luce identità, competenze e ruolo aziendale del 'Comunicatore interno', sottolineando l'esigenza di abbattere gli steccati di una parcellizzazione della professione, allo scopo di evitare che, alla luce delle grandi trasformazioni in atto dei tempi e delle modalità del 'fare comunicazione', siano gli eventi a decidere per la categoria.

Per evitarlo l'Associazione ha proposto di partire dal nuovo concetto di ecologia - più che di deontologia - della comunicazione per valorizzare emozioni e sensibilità dei destinatari finali: quei consumer dell'informazione, ormai dominati dal fenomeno dell'embedded life e dalla tendenza delle persone ad essere sempre in comunicazione tra loro.

Soci, nuovi ingressi e modalità di adesione

Nel corso del 2015 il Consiglio dell'Associazione ha approvato all'unanimità l'ingresso dei nuovi Soci aziendali Poste Italiane e Pfizer Italia, rappresentate rispettivamente da Barbara Montepilli, Head of marketing communication, e da Fanny La Monica, Corporate communications Director. Sul fronte delle uscite vanno invece segnalati gli effetti legati alle trasformazioni aziendali e alle conseguenti riorganizzazioni interne, che hanno temporaneamente impedito il rinnovo dell'adesione da parte di Indesit (oggi Wirlpool), Eikon Europe e Banca popolare di Vicenza.

A dicembre scorso hanno invece annunciato la loro adesione, in via di perfezionamento, Fca con le partecipate Magneti Marelli e Fca Italy, Nh Hotels e Wind.

Nella seduta del 19 ottobre il Consiglio ha tra l'altro ratificato la proposta del Presidente volta a innovare la formula di adesione in senso più favorevole alle aziende, cancellando i requisiti di ingresso commisurati al numero dei dipendenti e ampliando - a quote invariate - la 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.

Comunicazione web

Le attività Ascai in Rete si sono concentrate sulla realizzazione del nuovo *sito istituzionale*, sviluppato secondo le migliori soluzioni tecnologiche offerte dal mercato e più rispondente alle reali esigenze di un portale di informazione. On line in occasione dell'evento *ComunicaImpresa* (30 settembre), il sito ha riscosso particolari apprezzamenti, sia per il look and feel, sia per varietà di contenuti e frequenza di aggiornamenti.

Nuova versione anche per la 'Newsletter Ascai' diffusa in ben 25 numeri a una readership di oltre 420 comunicatori aziendali per informarli sulle iniziative degli Associati e dell'Associazione, su cronache di rilievo in tema di comunicazione d'impresa, oltre che per raccogliere autorevoli testimonianze di esperti e accademici.

Particolarmente attiva la community *LinkedIn* che conta ad oggi 122 professionisti, voluta da Ascai per favorire un più diretto e continuo confronto tra gli addetti ai lavori, nonché segnalazioni di appuntamenti aziendali, progetti e best practice inerenti la professione.

Situazione economica

Il rendiconto economico riferito all'anno 2015 evidenzia una leggera contrazione (-6%) delle entrate derivanti da quote associative, peraltro unica fonte di finanziamento, passate da 29.350 a 27.600 euro, pur restando sostanzialmente attivo il saldo tra nuove iscrizioni e cancellazioni iscritte nel Libro Soci. Sul fronte delle uscite, il beneficio di una maggiore liquidità registrata a inizio 2015 ha consentito un deciso incremento degli impieghi complessivi, passati da 6.148,88 a 20.875,74 euro rispetto all'anno precedente, comunque in ossequio ai canoni di una corretta amministrazione che impone a una organizzazione non profit come Ascai di impegnare annualmente un adeguato volume di risorse a compensazione del contributo economico riveniente dalle quote associative.

Ciò premesso, in termini di consuntivo si evidenzia al 31 dicembre 2015 un considerevole saldo attivo, frutto di economie di gestione che potranno essere efficacemente distribuite nel prossimo triennio in direzione di un più efficace sviluppo di iniziative aderenti alle esigenze che verranno rappresentate dalle aziende aderenti.

IL PRESIDENTE
(Maurizio Incletolli)

