

Sommario

Situazione Soci
Attività degli Organi statuari
'Noi in Ascai'
ComunicaImpresa
Ascai Media Awards
La previdenza dei Comunicatori
La convention di Fiesole
Mission 'Ambassador'
Il valore delle differenze
Mobile brand Journalism
Comunicazione organizzativa
Imprese a tutto 'Podcast'
Feiea Coronaproof IC survey
La Comunicazione Web
La situazione economica

RELAZIONE AGLI ASSOCIATI SULLE ATTIVITA' SVOLTE NEL 2021

Premessa - A norma dell'art. 5 dello Statuto, l'Assemblea dei Soci ASCAI riferita alle attività svolte nell'anno 2021 è stata fissata dal Presidente in via ordinaria e in unica convocazione a partire dalle ore 18,30 di giovedì 19 maggio 2022, presso la residenza di Villa La Stella, in Via Iacopone da Todi, 12, Fiesole (FI), in occasione del XXXVII Workshop annuale dei Soci.

In tale sede, il Presidente diffonde ai Soci e sottopone alla loro approvazione la presente Relazione annuale sulle attività e la corrispondente situazione economica riferita all'anno 2021, con rinvio per quest'ultima nel dettaglio alla rendicontazione regolarmente depositata presso la sede legale dell'Associazione.

Signore/i Soci e Consiglieri,

il biennio che ci lasciamo alle spalle ha segnato una tappa senza precedenti nelle nostre vite, nella professione e nella storia di questa Associazione, che sono oggi orgoglioso di rappresentare.

Un periodo difficile, perché capace di imporci cambiamenti che hanno radicalmente rimodulato alcuni schemi convenzionali sul piano delle relazioni e della comunicazione cui eravamo forse troppo abituati, in famiglia, nelle aziende, nella stessa Associazione.

Ciò nonostante, chi in questa fase è rimasto vicino ad Ascai ne ha sicuramente saputo cogliere e apprezzare il grande potenziale offerto in termini di partecipazione, di condivisione e di reciproco sostegno di fronte a una sfida senza precedenti, che sta indubbiamente segnando un mutamento di paradigma della comunicazione d'impresa, e della comunicazione interna in particolare.

Forte di questa grande motivazione e con il personale apprezzamento dell'impegno profuso dal Consiglio direttivo e da tutti i Soci indistintamente, è mio compito ripercorrere e sottolineare in questa sede il buon esito delle attività svolte nell'anno appena trascorso.



Situazione Soci

Turnover iscritti, bonus 2020-2021 e nuove modalità di adesione

Nel corso del 2020 il Consiglio dell'Associazione ha accolto all'unanimità l'ingresso dei seguenti nuovi Soci aziendali: ACEA, CARRARO, CREDEM, ENI, COMAU, MASERATI, FONDAZIONE LINKS, IBM, INAIL e MBDA ITALIA.

Sul fronte delle uscite vanno invece segnalati gli effetti legati a scelte di merito o di natura organizzativa che hanno impedito il rinnovo dell'adesione da parte di BANCA CENTRALE EUROPEA, BOSTON CONSULTING GROUP, COLOROBIA, UBI BANCA ed EVOCA.

Come è ormai consuetudine, ai soli rappresentanti di tali aziende uscenti è stata comunque riconosciuta adesione informale per l'anno in corso, nella qualità di semplice 'Osservatore'.

Sebbene il saldo numerico tra ingressi e uscite si sia confermato positivo per il sesto anno consecutivo, registrando 35 aziende associate al 31 dicembre 2021 contro le 32 dell'anno precedente, ai fini della rendicontazione economica richiamata in coda alla presente Relazione, giova ricordare come l'emergenza pandemica abbia a suo tempo indotto la Presidenza ad assumere una decisione in linea con lo spirito e le scelte che da sempre contraddistinguono l'Associazione, introducendo un *bonus* che ha esteso *una tantum* la validità della quota ordinaria di adesione.

Per questa ragione, le quote già versate nel 2020 o nel 2021 hanno garantito una copertura associativa per i dodici mesi successivi alla data di perfezionamento dell'adesione. Le Aziende che non vi hanno provveduto per tempo potranno effettuare direttamente il rinnovo 2022, seguendo la consueta procedura di registrazione online.

Nello scorso mese di dicembre, allo scopo di confermare un'identità di Ascai ormai consolidata come Associazione che opera esclusivamente in rappresentanza di alcune tra le più importanti imprese italiane e dei loro professionisti della comunicazione, è stata ratificata in Consiglio direttivo la proposta del Presidente di variazione delle modalità di adesione ad Ascai.

Pertanto, in ossequio a una policy associativa ormai consolidata, a partire dal 2022 è stata soppressa la formula di adesione "individuale", finora riferita a singoli professionisti che non rappresentano e non dipendono da aziende, ferma comunque restando anche l'esclusione di imprese che svolgono attività di consulenza nel settore della comunicazione.

Attività degli Organi statutari

L'Assemblea e il Consiglio direttivo

Per ragioni legate all'emergenza Covid-19, anche l'Assemblea 2021 dei Soci Ascai si è svolta in via ordinaria lunedì 15 marzo 2021, con deliberazione attraverso voto elettronico espresso unanimemente a favore nei confronti della Relazione e del Rendiconto sulle attività svolte nel 2020.

Il Consiglio Direttivo si è riunito in modalità telematica il 18 maggio e il 15 dicembre 2021 per la consueta pianificazione delle attività associative nella seguente composizione:

Giorgio Agagliati (Intesa Sanpaolo), Fulvia Brignolo (Fca), Alessandra Cappello (Unipol Sai), Luca Corsi (Vorwerk Italia), Fabrizio Finamore (Bnl - Bnp Paribas), Massimo Greggia (Vice Presidente Feiea), Eugenio Lanzetta (Banca Sella), Roberto Paolo Franco Nelli (Università Cattolica del Sacro Cuore), Alessio Pezzali (Agenzia delle Entrate), Ida Sirolli (Tim)



'Noi in Ascai' **Insieme in Chat contro la pandemia**

Nata due anni fa in pieno lockdown come canale temporaneo di condivisione tra i professionisti della comunicazione aziendale, la chat WhatsApp 'Noi in Ascai' si è rivelata presto molto più di uno strumento legato alla fase emergenziale del contesto pandemico.

Si è trattato di un'inedita modalità di comunicazione associativa, fatta di condivisione di best practice e di preziosi quanto concreti suggerimenti, utili ai partecipanti per affrontare, tutti insieme, la prima delicata fase del ricorso allo smart working e il progressivo ritorno alla normale operatività delle imprese.

Tra aprile 2020 e dicembre 2021 sono state circa 2500 le interazioni registrate dalla Chat. Una frequenza quotidiana espressa con vitalità da oltre 50 manager della comunicazione partecipanti in rappresentanza di 35 grandi aziende italiane.

ComunicaImpresa **Aziende e Comunicatori alla sfida del cambiamento**

Il 28 ottobre a Roma, ospite dell'Auditorium Tim 'Raoul Pieroni', Ascai ha dedicato la settima edizione di ComunicaImpresa al tema del grande cambiamento che la comunicazione d'impresa si è trovata ad affrontare nel difficile contesto di emergenza sanitaria degli ultimi due anni.

Sociologi, manager e giornalisti hanno dato vita a un vivace dibattito intorno all'evoluzione in atto nei rapporti tra collettività e mezzi d'informazione, tra persone, aziende e nuovi modelli organizzativi, mai come oggi condizionati dall'invasione dei canali social e dai loro effetti sul sistema delle relazioni umane, oltre che professionali.

Ne è emersa un'analisi approfondita di una sfida su tutte che attende le imprese: l'esigenza di governare il nuovo trend comunicativo non tanto attraverso soluzioni di netiquette, quanto piuttosto accogliere il digitale nell'ottica di una 'ecologia della relazione', che vada oltre il semplice strumento di comunicazione. Soluzione dalla quale deriverebbero sicuramente positivi ritorni per le imprese anche in termini reputazionali.



Ascai Media Awards **Tra primato del digitale e resilienza della carta**

Nel corso di ComunicaImpresa 2021, si è svolta la cerimonia di consegna della prima edizione degli Ascai Media Awards, preceduta dalla presentazione di un'indagine condotta dall'Associazione sui mezzi di comunicazione di un campione rappresentativo di grandi aziende italiane. I risultati hanno confermato come la forte crescita del digitale innescata dal contesto pandemico, oltre a moltiplicare i consumi mediatici degli italiani, ha obbligato il mondo delle

imprese, soprattutto quelle di medio-grandi dimensioni, a rimodulare i propri strumenti di informazione e comunicazione per favorire un miglior dialogo con i dipendenti e con gli stakeholder.

Secondo quanto rilevato da Ascai, i media digitali utilizzati dalle aziende, sia a diffusione interna che esterna, sono triplicati negli ultimi cinque anni, con un'accelerazione senza precedenti nell'ultimo biennio. Esponenziale è stata la crescita al 75% (25% nel 2016) della comunicazione online che le aziende affidano esclusivamente alla grande rete o alle intranet riservate ai loro dipendenti. Si va dagli e-magazine (29,17%) alle newsletter (20,83%), fino alle più sofisticate app (8,33%) alle webTv (6,25), web radio e podcast, al

pari delle workplace (4,17%) vere e proprie piattaforme multimediali di condivisione, per scendere ai meno frequenti blog (2,08%) generalmente affidati a interventi di esperti e opinionisti. Il restante 25% non ha rinunciato alle più costose riviste di carta (+5% sul 2016), distribuite in azienda o spedite in abbonamento postale, sebbene nel 67% dei casi ne preveda anche una versione digitale.



Questi i vincitori degli Ascai Media Awards 2021: Due premi assoluti, uno nella categoria 'Print' (E-magazine di Enel) e uno alla 'Digital multichannel strategy' (Poste Italiane). Due premi speciali: 'Internal magazine' (Momenti di Incontro di Vorwerk Folletto); 'Customer magazine' (Ibm Think Magazine). Otto premi per diverse tipologie di media: 'E-zine' (WeBuild Value); 'Newsletter' (Inail News); 'Web radio' (Sia On Air); 'Podcast' (Youtalk di Bnl); 'Web Tv' (Tg Poste); 'App' (Noi di Poste); 'Blog' (Changes di Unipol); 'Digital Workplace' (Really di Reale Mutua Assicurazioni).

La previdenza dei Comunicatori

Il ruolo di Ascai nel dibattito politico - Dal 1° luglio 2022 Inpgi confluisce in Inps

Sulla scia di una conferenza stampa congiunta tenutasi il 19 dicembre 2019 nell'Aula dei Gruppi parlamentari della Camera dei deputati, Ascai, Ferpi, Cida, Confassociazioni, Com&Tec e Una hanno dato vita, con successo finale, a una lunga lotta di contrasto del disegno di legge che prevedeva l'ingresso dei comunicatori nell'Inpgi (Istituto di previdenza dei giornalisti italiani), ipotesi che avrebbe peraltro avuto ricadute pesantissime sul mercato, sul welfare, sui livelli occupazionali e sul futuro del sistema previdenziale pubblico.

Dal primo luglio 2022, grazie anche all'azione di Ascai, l'ente confluirà nell'Inps e la 'storia infinita' - come abbiamo più volte definito la "questione Inpgi" - finirà nel migliore dei modi: senza pasticci, senza forzature, senza norme capestro, senza inutili soluzioni tampone: come quella del rischio che i comunicatori venissero costretti per legge a confluire nell'ente previdenziale dei giornalisti, nell'inutile tentativo di salvare una cassa in default finanziario ormai da decenni.



La convention di Fiesole Coltivare buone relazioni nell'era della connessione costante

Il nuovo status di 'connessione costante' non sembra più un'emergenza, quanto piuttosto un contesto divenuto ormai fisiologico. E al di là dei successi acquisiti dalla comunicazione aziendale in questo lungo periodo dominato dall'emergenza

pandemica, i comunicatori di grandi imprese riuniti da Ascai a Fiesole il 16 e 17 settembre hanno riflettuto sugli effetti dell'accelerazione digitale sul sistema delle relazioni umane all'interno delle imprese. Grazie alla sua *lectio magistralis* e al confronto diretto con i partecipanti, il filosofo Bruno Mastroianni ha offerto spunti e concreti suggerimenti sulla strada da seguire per liberarsi di vecchi schemi analogici che non aiutano a costruire un efficace rapporto tra contenuto e relazione interpersonale quando interagiamo senza la presenza fisica.

Di solito ci soffermiamo molto sull'*overload* informativo, quando invece occorrerebbe una riflessione sulla triplice dimensione del sovraccarico a cui siamo sottoposti: di informazioni, ma anche di valutazioni da parte degli altri e di confronti/discussioni.

Per ognuno di questi vanno tuttavia analizzate le caratteristiche, gli effetti sulle relazioni, mettendoli in rapporto tra loro e spiegando in modo molto concreto come siano compenetrati e interdipendenti.

Questo ha fatto Mastroianni nella parte centrale e consistente del suo intervento, dedicato alla pragmatica della comunicazione umana applicata al digitale. Una disamina puntuale su come cambia il rapporto tra contenuto e relazione, come si complicano certe cose quando interagiamo senza la presenza fisica.

Ma anche, cosa succede al contesto e alle nostre identità quando non siamo in presenza e cosa accade al tempo e allo spazio della comunicazione.

E ancora, il linguaggio: come si modifica a seconda della piattaforma scelta e del contesto comunicativo; il peso degli impliciti e dei non-detti, da imparare a gestire sempre meglio. Insomma l'importanza delle parole nel digitale e l'imparare a scegliere bene il tipo di contesto per stabilire una comunicazione che alimenti relazioni significative.



Mission 'Ambassador'

Come ingaggiare le persone in azienda e trasformarle in ambasciatori dei valori aziendali e del brand

Si è svolto il 14 luglio il terzo benchmark webinar Ascai 2021, dedicato all'engagement, argomento sempre più al centro delle politiche di comunicazione interna di medie e grandi realtà aziendali.

L'attenzione è stata tutta rivolta alla figura dei cosiddetti 'Ambassador', termine preso in prestito dal marketing, ma con accezione ben più profonda, riferibile a tutte quelle persone che in azienda assumono l'importante missione di ambasciatori dei messaggi e dei valori della complessa organizzazione d'impresa.

Ad affascinare i partecipanti all'incontro le Responsabili comunicazione interna di aziende operanti in tre diversi comparti produttivi con altrettanti progetti di successo: 'I We Teller in Tim', 'Brand Ambasciatore Bnl' e 'Cromology Voices'



Il valore delle differenze: comunicare e includere **Coinvolgimento, esperienze, confronto**

Per i manager d'impresa di tutto il mondo la pandemia si è rivelata uno dei più grandi test in fatto di leadership. Soprattutto i leader d'impresa, non hanno solo dovuto garantire la salute dei propri dipendenti e restare vicini ai clienti, ma anche affrontare il rallentamento del business, ripianificare e reinventare attività, prefigurando modelli innovativi in vista di una "prossima normalità".

Conferme di questo trend sono state raccolte sul fronte della Comunicazione d'impresa – e in specie quella interna - la cui funzione ha nel suo dna il compito di incoraggiare e valorizzare i concetti di diversità e inclusione. Vale a dire mettere in luce il vero valore delle differenze.

Sì, ma in che modo? A questo interrogativo il 27 aprile hanno dato risposta i componenti di un benchmark webinar Ascai, nel corso del quale Pfizer, Ibm, Tim, Sky e Stellantis hanno affrontato e discusso temi come ascolto, transizione di genere, abilità psicofisiche, multiculturalità e intelligenza artificiale.



Mobile brand Journalism

Corso di formazione professionale sul giornalismo d'impresa sviluppato con tecniche mobile

Si è articolato in cinque giornate di incontri, dal 14 maggio all'11 giugno il primo corso di formazione pratica e professionale Ascai riservato ai Soci e dedicato al tema del brand journalism d'impresa.

Quindici partecipanti di altrettante aziende associate ad

Ascai, affidati alla docenza di Francesco Facchini e Marialetizia Mele, hanno seguito le interessanti lezioni e partecipato attivamente a successive prove pratiche, muovendo dall'analisi dei vantaggi strategici e operativi delle tecniche di giornalismo aziendale realizzato con tecniche mobile, per poi affrontare i temi del linguaggio e della produzione di contenuti multimediali attraverso l'utilizzo di app di montaggio video e piattaforme per il live-streaming mobile professionale.

Comunicazione organizzativa

Una survey tra i Soci sul posizionamento della comunicazione interna nell'organizzazione d'impresa

Nel mese di marzo, su proposta di Eni, Ascai ha dato vita a una rilevazione per indagare il posizionamento e il ruolo rivestito dalla comunicazione interna nella struttura organizzativa delle grandi imprese associate, che impiegano oggi complessivamente oltre 539 mila dipendenti. Ne è emersa una fotografia che fa luce su aspetti interessanti come il raggio di azione, le persone impiegate e la dipendenza gerarchica dell'IC rispetto ad altre funzioni aziendali, come pure il suo modello operativo prevalentemente articolato su più dipendenze.

La ricerca ha poi dedicato un particolare focus a obiettivi e attività svolte dalla comunicazione interna, soffermandosi sui punti di forza e debolezza emersi dalle opinioni espresse dai responsabili della funzione che hanno partecipato alla survey.



Imprese a tutto 'Podcast'

Primo webinar 2021 dedicato a uno strumento di punta nella comunicazione aziendale

Organizzato da Ascai con Poste Italiane si è svolto il 12 marzo un webinar che ha permesso di condividere quattro interessanti esperienze e progetti di radio podcasting aziendale rivolti espressamente alla comunicazione interna.

Molto giovane il canale podcast di Bnl presentato da Angela Pierro, si inserisce in modo strutturato a novembre 2020 all'interno dei media owned gestiti dalla struttura Corporate reputation information & internal communications con un progetto editoriale che accelera e abilita la people communication, asset fondamentale per ingaggiare i colleghi e farli diventare ambasciatori delle loro attività e della banca.

Alla veicolazione efficace di informazioni la comunicazione interna di Sella Holding, ha dedicato il suo intervento Eugenio Lanzetta, raccontando un esperimento che ha avuto un grandissimo successo, anche dopo la fase emergenziale, attraverso la creazione di linee editoriali che hanno dato luogo a una nuova modalità di comunicare, arricchendo la proposta di strumenti in essere nel gruppo bancario.

Altro esempio eccellente per la qualità delle realizzazioni che testimonia come il podcasting possa avere obiettivi e pubblici distinti, interno ed esterno all'azienda, è stato quello offerto da Emanuela Angori, di WeBuild, incentrato sulla motivazione di partenza che il legame del podcast con il brand in termini di narrazione sia più trasparente e meno narcisistico di quanto non offra una comunicazione in video.

Infine l'esperienza presentata da Alessia Rapone e Simone Chiovelli per Poste Italiane, azienda che non ha esitato ad affidarsi al podcasting nelle proprie strategie di comunicazione interna, con particolare attenzione a fattori-chiave come l'innovazione e il territorio in cui opera l'azienda.



Feiea Coronaproof IC Survey L'Impatto della Pandemia sulla Comunicazione interna in Europa

Coordinato dal Consigliere Ascai e Vice Presidente di Feiea, Massimo Greggia, si è concluso a marzo un ciclo di tre webinar promossi dalla Federazione delle associazioni europee della comunicazione d'impresa, incentrato sull'impatto della pandemia sulla

comunicazione interna e sulle risposte che questa ha saputo dare a supporto delle attività d'impresa. Oltre a fare il punto su tre elementi emersi con forza durante il periodo di maggior crisi pandemica (benessere delle persone, lato oscuro della digitalizzazione e importanza della leadership), gli incontri hanno costituito l'occasione per sviluppare alcuni aspetti evidenziati da un sondaggio condotto da Feiea alla fine del 2020.

Diversi e interessanti gli spunti emersi. Innanzitutto, l'accresciuta rilevanza della comunicazione interna che per l'80% degli intervistati ha costituito un supporto fondamentale per lo svolgimento dell'attività dell'azienda ed è ritenuta dai responsabili di business un supporto imprescindibile per un'efficace gestione d'impresa.

Due le chiavi interpretative di questo apprezzamento: la grande capacità della comunicazione interna nel sapersi adattare con flessibilità e rapidità in un contesto spesso indefinito e in continua evoluzione; il saper essere uno strumento cruciale per la comprensione di quanto stava avvenendo e per la capacità di connessione con ogni 'ramo' dell'impresa e con i singoli individui in un momento di grande dispersione.



ComunicaImpresa Live-In Aziende e comunicatori nei nuovi scenari dell'infosfera

Nel corso del 2021 Ascai ha inaugurato un ciclo di videointerviste ai top manager della comunicazione di grandi aziende italiane e multinazionali per apprendere dalla loro viva voce quali siano i principali obiettivi di comunicazione delle più importanti realtà imprenditoriali

del Paese alla luce del nuovo contesto che sta decisamente cambiando le nostre abitudini di vita e di lavoro. Quale pubblico si voglia raggiungere e come si pensa di raggiungerlo. Con quali canali e quali racconti. E come il cambiamento stia impattando sul lavoro di chi 'fa comunicazione'.

Sono questi solo alcuni degli interrogativi che, affidati in video alla impeccabile conduzione e postproduzione del Consigliere Ascai, Fabrizio Finamore, hanno dato vita a un format capace di richiamare l'attenzione sull'emersione di un nuovo modello culturale, non solo organizzativo che ridisegna le relazioni dell'azienda con i suoi diversi pubblici di riferimento. Primi ospiti di ComunicaImpresa Live-In, Maurizio Decollanz di Ibm, Sarah Varetto di Sky Italia e Emanuela Angori di WeBuild.

La Comunicazione Web

Come ogni anno le attività Ascai hanno trovato puntuale spazio e apprezzabile diffusione nella Rete, grazie soprattutto alla varietà di contenuti e al frequente aggiornamento dei canali utilizzati. Nel periodo gennaio/dicembre 2021 il sito ascai.it ha registrato 7.776 utenti unici (+59,21% sul 2020) e 55.821 visualizzazioni di pagina (+80,48%) in 11.641 sessioni (+61,14%) con una media di 1,50 sessioni per utente.

Significativi gli indici di lettura riferiti alla Newsletter Ascai, diffusa lo scorso anno in 12 numeri a una readership di 640 comunicatori. Nel mese di dicembre questo strumento di informazione evidenzia un picco del 34,8% in termini di *open rate*. 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. Un richiamo a parte merita lo sviluppo della pagina YouTube di Ascai che si è arricchita del nuovo format *ComunicaImpresa Live-In*, in aggiunta ai consueti video legati ad eventi associativi. In netto progresso rispetto al 2020 anche la partecipazione alla nostra community (+6,25%) e alla nuova pagina LinkedIn di Ascai (+112,56%), alle quali sono iscritti, rispettivamente, 272 e 457 membri.

La situazione economica

Per effetto del 'bonus biennale' riconosciuto alle aziende associate per il biennio appena trascorso (*cf. precedente § Situazione Soci*), i cui effetti contabili saranno ripartiti anche sul rendiconto economico 2022, il 2021 evidenzia una forte contrazione (-44%) delle entrate derivanti da quote associative, unica fonte di finanziamento, passate da 20.700 euro a 13.000 euro.

Il fronte delle uscite registra di contro un volume di impieghi complessivi pari a 14.370,39 euro (-58,3% sull'anno precedente) (35.535,77).

Tale decremento è derivato ai minori oneri sostenuti per attività di studio e formazione in uno con la forte riduzione di costi per servizi riferibili ad eventi abitualmente organizzati in presenza.

Il saldo attivo di gestione al 31 dicembre 2021, pari a 45.449,97 euro, si conferma in

linea con quello dell'anno precedente e potrà essere progressivamente reinvestito nel prossimo triennio attraverso un auspicabile incremento delle attività di ricerca e di benchmark.

Fiesole, 19 maggio 2022

IL PRESIDENTE
(Maurizio Incletolli)



