

PRESENTATO OGGI A ROMA IL RAPPORTO ASCAI-MG RESEARCH
 IN OCCASIONE DELLA CERIMONIA DI CONSEGNA DEGLI ASCAI MEDIA AWARDS 2023

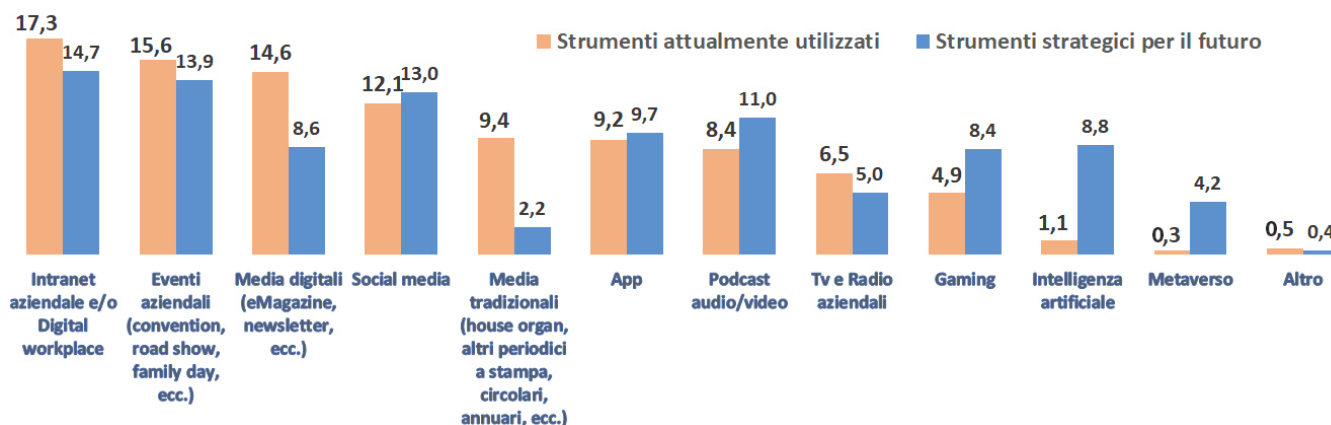
UNA COMUNICAZIONE SEMPRE PIU' DIGITAL MIGLIORA LE RELAZIONI TRA LE PERSONE IN AZIENDA

OLTRE CENTO MANAGER DI GRANDI IMPRESE ITALIANE RIVELANO COME I MEDIA DIGITALI ABBIANO DATO VITA A NUOVE E PIÙ EFFICACI MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE DELLE PERSONE SUL POSTO DI LAVORO, GRAZIE A UNA CONNETTIVITÀ PERMANENTE E A UNA MAGGIORE INFORMALITÀ.

(Roma, 28 settembre 2023) E' una comunicazione più dinamica, aperta al cambiamento e alla partecipazione quella tra azienda e dipendenti che emerge dalla nuova indagine di Ascai, l'Associazione dei comunicatori d'impresa ed Mg Research, presentata oggi nella splendida cornice del Complesso Eni Gazometro di Roma Ostiense in occasione della IX edizione di *ComunicaImpresa*. A confermarlo sono le opinioni di oltre cento comunicatori di grandi aziende italiane intervistati per comprendere come stia evolvendo il sistema di relazioni sul posto di lavoro in rapporto a uno scenario mediatico in costante evoluzione.

Media d'impresa e dimensione mobile della comunicazione

Le interviste condotte da Ascai mettono in luce un incremento esponenziale di strumenti mobili nella comunicazione all'interno dell'azienda e conferma il trend ormai consolidato di una decisa contrazione dei prodotti editoriali, sia nella versione a stampa che digitale. Cresce dunque l'apprezzamento verso le App e i social media aziendali, seguiti da podcast e audiovisivi, grazie alla larga sperimentazione favorita più recentemente da forme di lavoro a distanza. Più prudente resta la valutazione di sviluppo del digitale di nuova generazione, rappresentato dall'intelligenza artificiale, dal gaming e, in misura di gran lunga inferiore, dal metaverso.



Una spinta alla partecipazione

Sebbene non manchino momenti di socializzazione diretta, come gli eventi aziendali e i meeting interni, più recentemente frenati dalla lunga fase di emergenza pandemica, modalità e tempi dei flussi informativi scanditi dai media digitali regolano ormai le dinamiche di relazione, che tendono a unire di più le persone tra loro e all'azienda, anche bypassando i presidi storici della comunicazione.

In questo modo le imprese italiane stanno dimostrando di saper favorire al loro interno il dialogo e le relazioni, con linguaggi "naturali", sintetici e diretti, tendenti spesso a far prevalere la dimensione personale su quella professionale, allontanando così dubbi e timori che le nuove tecnologie possano soppiantare i rapporti sociali moltiplicando gli scambi quotidiani.

Connettività permanente e informalità

E' così cambiato il concetto stesso di partecipazione tra le persone e delle persone con l'azienda. Un'azienda non più tradizionalmente centrata sulla vicinanza e sul coinvolgimento fisico. Al suo posto, una sorta di legame virtuale, in cui la distanza è soppiantata dalla connettività permanente e dall'informalità, facendo uscire il concetto di lontananza dal vocabolario comunicativo. Una prospettiva che imporrà tuttavia di progettare nuove modalità partecipative sul posto di lavoro.

Aziende più 'social' ma con nuove competenze comunicative

Lo scenario fotografato dall'indagine evidenzia anche l'emersione di nuovi processi di creazione d'identità attraverso i media digitali. I social media, e soprattutto le nuove tecnologie virtuali e immersive, stanno configurando una socialità nuova che sarà difficilmente gestibile con i parametri storici fin qui adottati.

Tuttavia, solo una buona capacità di utilizzo professionale dei nuovi media, basata su valori, conoscenze e disponibilità - così come è stato per la comunicazione analogica e tradizionale - potrà continuare a stimolare energicamente quella dimensione emotiva e cognitiva del lavoratore che è alla base della creazione del senso di appartenenza all'azienda e di partecipazione attiva alla vita aziendale.

Le priorità dei comunicatori

In questo progetto di trasformazione la formazione dei comunicatori avrà un ruolo fondamentale per assicurare competenze aggiornate e per sperimentare nuove forme di dialogo e di linguaggi rispondenti a uno scenario inedito.

Al pari della formazione, ai primissimi posti delle priorità strategiche elencate dai comunicatori non potevano certo mancare due attività fondamentali, come la misurazione dell'efficacia della comunicazione e l'ascolto strutturato, a conferma di una triade naturale (*ascolto, verifico, apprendo*), essenziale per lo sviluppo e la gestione dell'attività in contesti complessi.

CONSEGNATI GLI ASCAI MEDIA AWARDS 2023 ALLE MIGLIORI PUBBLICAZIONI REALIZZATE DALLE AZIENDE ITALIANE

(Roma, 28 settembre 2023) Al termine dell'evento ComunicaImpresa, di fronte a un vasto pubblico di professionisti della comunicazione, si è svolta la cerimonia di consegna degli Ascai Media Awards 2023 dedicati alle migliori pubblicazioni analogiche e digitali realizzate dalle aziende italiane.

CATEGORIA 'PRINT MAGAZINE' - I° CLASSIFICATO FERALPI GROUP CON VERDE FERALPI

II° Classificato Vorwerk Italia con MOMENTI D'INCONTRO

CATEGORIA 'E-MAGAZINE' - I° CLASSIFICATO AVIO AERO CON ABOUT MAGAZINE

II° Classificato Enel con E-MAGAZINE

CATEGORIA 'NEWSLETTER' - I° CLASSIFICATO TERNA CON TNEWS

II° Classificato Faravelli con FARATELLING

CATEGORIA 'WEB RADIO' - I° CLASSIFICATO ENEL CON ENEL RADIO

II° Classificato Università di Cagliari con UNICA RADIO

CATEGORIA 'WEB TV' - I° CLASSIFICATO UNIPOL CON UNITY

II° Classificato Acquedotto Pugliese con VA

CATEGORIA 'PODCAST' - I° CLASSIFICATO INAIL CON SPORT SENZA BARRIERE

II° Classificato Enel con PODCAST ENEL 6.0

CATEGORIA 'APP' - I° CLASSIFICATO UNIPOL CON UNIDUELLO

II° Classificato Poste italiane con POSTE X TE

CATEGORIA 'DIGITAL WORKPLACE' - I° CLASSIFICATO ENI CON ENI WORKPLACE

II° Classificato Unipol con DWP

PREMIO SPECIALE 'INTERNAL MAGAZINE' - I° CLASSIFICATO ENEL CON E-MAGAZINE

II° Classificato Acs con QUATTRO CHIACCHIERE

PREMIO SPECIALE 'CUSTOMER MAGAZINE' - I° CLASSIFICATO PIAGGIO CON WIDE PIAGGIO GROUP MAGAZINE - II° Classificato Ibm Italia con IBM THINK MAGAZINE

PREMIO ASSOLUTO 'DIGITAL MULTICHANNEL STRATEGY' - I° CLASSIFICATO UNIPOL CON DWP - UNIDUELLO e UNITY - II° Classificato Poste italiane con IL NOSTRO X CORSO - PODCAST POSTE - POSTE X TE