



Interviste

Sobrero: "RP sempre più strategiche per accompagnare cambiamento e ripartenza della comunicazione attraverso digitalizzazione, innovazione, transizione ecologica e inclusione. FERPI parte attiva nei maggiori tavoli di confronto dell'industry"

Il presidente dell'Associazione che quest'anno registra l'ingresso di 50 nuove agenzie, spiega ad ADVexpress le sfide che il settore delle PR ha davanti a sé nel new normal, dalla funzione strategica della comunicazione alla gestione della reputazione per le imprese, e quelle dell'Organismo, impegnato nella riforma della comunicazione pubblica e nel futuro degli eventi con #ItaliaLive.

Partiamo dall'Associazione: le sfide che l'attendono nei prossimi mesi di ripartenza. Sfide interne e sfide ai tavoli di lavoro con le altre realtà di peso del mercato. Senza dimenticare un bilancio di questa prima parte dell'anno.

Le sfide sono molte ma credo che per il nostro settore ci sono alcuni segnali positivi: **la funzione strategica della comunicazione** viene riconosciuta da molti (anche se non ancora da tutti), imprese ed investitori considerano **la reputazione** un asset intangibile importante, **la relazione con gli stakeholder** è vista come un'opportunità da cogliere in un momento di trasformazione del mercato. In questi ultimi anni FERPI ha partecipato a diversi tavoli di confronto come quello sulla **riforma della comunicazione pubblica** e ha portato avanti alcune iniziative in collaborazione con altre associazioni: per esempio con ReteCom per il problema INPGI, con #ItaliaLive per discutere con il governo e altri stakeholder sul futuro degli eventi etc. Inoltre abbiamo contribuito alla stesura della norma UNI 11483, uno strumento importante che definisce competenze e abilità che il Comunicatore Professionale deve utilizzare nell'esercizio delle sue funzioni. Da quando la pandemia ci ha costretto a sospendere gli incontri live, abbiamo avuto una forte crescita delle **attività on line** e una grande collaborazione tra delegazioni territoriali. Nei primi mesi dell'anno abbiamo avuto **50 nuovi soci** e sono stati organizzati decine di incontri con una buona partecipazione di colleghi interessati alle nostre proposte.



Quanto le Relazioni Pubbliche sono fondamentali per la ripartenza delle aziende e delle agenzie, in primis quelle associate, e del Paese. Come renderle ancora più strategiche sul mercato?

Come ho scritto nei giorni scorsi in un messaggio rivolto ai soci FERPI, credo che la comunicazione sarà sempre più necessaria per accompagnare il processo di cambiamento in corso che come sappiamo passa anche *dalla digitalizzazione all'innovazione, dalla transizione ecologica all'inclusione*. In questa fase in cui molto si gioca sulle azioni per attuare il PNRR penso che la comunicazione sia fondamentale anche perché è richiesta una maggior collaborazione tra soggetti diversi. Creare e gestire le relazioni, costruire nuove reti e consolidare quelle esistenti, è una delle attività che sappiamo fare da sempre.

Oggi tra i grandi temi della comunicazione brillano purpose, sostenibilità, equality. Come Ferpi è attiva su questi fronti e con quali iniziative?

La **sostenibilità** è un tema centrale di cui mi occupo da tanti anni ed è anche tra gli obiettivi centrali della nostra associazione. Siamo di fronte alla necessità di un cambiamento profondo, una vera metamorfosi che implica una modifica nel modo di produrre, vivere, lavorare, studiare, comunicare. Per fortuna cresce il numero delle persone che sono convinte che la sostenibilità è l'unica strada da percorrere: non lo pensano più solo i teorici ma anche istituzioni, imprese, singoli cittadini. In questi mesi abbiamo organizzato con ASviS, Alleanza per lo Sviluppo Sostenibile, un ciclo di incontri dal titolo *"Comunicare la sostenibilità"* che ha visto la partecipazione di centinaia di persone. Anche il programma di aggiornamento della CASP, la nostra Commissione di Aggiornamento e Specializzazione Professionale, ha inserito alcuni eventi formativi dedicati a questi temi.

Parliamo della nuova edizione degli Oscar di Bilancio, quali le novità di quest'anno e come volete venga percepita questa iniziativa dal mercato.

Da tanti anni l'Oscar è considerato un punto di riferimento per le comunità professionali del settore economico-finanziario e della comunicazione. Anche questa edizione premierà le organizzazioni che attraverso il bilancio non solo rendicontano il proprio operato ma dimostrano di voler **condividere risultati e gli obiettivi con gli stakeholder**.

Questa edizione dell'Oscar di Bilancio vede alcune novità. La più importante è l'inserimento di una nuova categoria dedicata alle **Società Benefit**. Inoltre, abbiamo aggiornato alcune delle categorie esistenti: per esempio la categoria **"Grandi imprese"** è stata divisa in quotate e non quotate e abbiamo fatto lo stesso con la categoria **"Medie e piccole imprese"**. Inoltre abbiamo anche ampliato la categoria "Enti locali" che è diventata **"Enti pubblici e associazioni di rappresentanza"** (amministrazioni pubbliche locali, camere di commercio, associazioni di categoria).

Mi fa piacere ricordare che anche quest'anno il Gruppo promotore dell'Oscar è composto da **FERPI, Borsa Italiana e Università Bocconi** e che è stata confermata la collaborazione di alcune importanti associazioni: AIAF - Associazione Italiana per l'Analisi Finanziaria, AIIA - Associazione Italiana Internal Auditors, ANDAF - Associazione Italiana Direttori Amministrativi e Finanziari, ANIMA per il Sociale nei valori d'Impresa, Fondazione Sodalitas, CSR Manager Network, Fondazione OIBR - Organismo Italiano di Business Reporting, GBS - Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale, Nedcommunity - Associazione Italiana degli Amministratori Non Esecutivi e Indipendenti, Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili di Milano.