

Articolo pubblicato sul sito [ferpi.it](http://ferpi.it)



Più : [www.alexa.com/siteinfo/ferpi.it](http://www.alexa.com/siteinfo/ferpi.it)

Estrazione : 20/03/2012 00:00:00  
 Categoria : Editoria e Comunicazione  
 File : piwi-9-12-137583-20120320-287244146.pdf  
 Audience :

[http://www.ferpi.it/ferpi/novita/notizie\\_rp/eventi/sostenibilit-qual-futuro-per-la-comunicazione/notizia\\_rp/44127/4](http://www.ferpi.it/ferpi/novita/notizie_rp/eventi/sostenibilit-qual-futuro-per-la-comunicazione/notizia_rp/44127/4)

## Sostenibilità: quale futuro per la comunicazione?

La responsabilità sociale d'impresa rappresenta sempre di più un aspetto strategico della governance ma la comunicazione della sostenibilità deve ancora maturare per costruire un posizionamento in grado di creare valore di lungo periodo.

Se ne parla mercoledì 28 a Milano all'incontro del CSR Manager Network, che per la prima volta avvia una riflessione sul tema.

Non c'è azienda oggi che non faccia in qualche misura ricorso al concetto di sostenibilità e responsabilità sociale nel descrivere il proprio approccio al mercato o nella

comunicazione con l'esterno, ma i risultati in termini di impatto sul business e credibilità per il consumatore sono spesso discutibili.

E' possibile approcciare il tema dal punto di vista dei rischi e delle opportunità reputazionali e quindi realizzare una comunicazione realmente trasparente e rilevante per il sistema degli stakeholder? Come costruire un posizionamento di mercato corretto e "remunerativo" e con quali metodologie innovative è possibile misurare l'incrocio tra le performance sociali e ambientali e la qualità delle informazioni verso l'esterno? E' necessario pensare a nuovi format di comunicazione - nella pubblicità, così come a livello corporate, nel caso dei bilanci di sostenibilità - ad altri stili di narrazione e aprire la strada anche a nuove professionalità e a nuove contaminazioni di competenze? Infine, cosa possiamo attenderci per il futuro, man mano che la responsabilità sociale d'impresa diventa sempre più chiave strategica, e quali regole possiamo seguire oggi affinché la sostenibilità abbia domani un impatto più tangibile in termini di profitto, creazione di valore, quote di mercato? Sono solo alcuni dei temi e degli interrogativi che saranno affrontati a Milano mercoledì 28 marzo alle ore 10.00 presso Altis (Via S.

Vittore 18) nel corso dell'evento Quale futuro per la comunicazione della sostenibilità? ,promosso

The screenshot shows the FERPI website interface. The main article is titled "Sostenibilità: quale futuro per la comunicazione?". The text discusses the importance of social responsibility and communication in creating long-term value. It mentions an event on March 28th in Milan. The website layout includes a navigation menu, a sidebar with various categories like "Notizie Ferpi", "Agenda", and "Fonti RP", and a main content area with a green circular graphic and a small image of a globe.

Copyright ferpi.it -

1/2

Articolo pubblicato sul sito [ferpi.it](http://ferpi.it)



Più : [www.alexacom/siteinfo/ferpi.it](http://www.alexacom/siteinfo/ferpi.it)

Estrazione : 20/03/2012 00:00:00  
 Categoria : Editoria e Comunicazione  
 File : piwi-9-12-137583-20120320-287244146.pdf  
 Audience :

[http://www.ferpi.it/ferpi/novita/notizie\\_rp/eventi/sostenibilit-qual-futuro-per-la-comunicazione/notizia\\_rp/44127/4](http://www.ferpi.it/ferpi/novita/notizie_rp/eventi/sostenibilit-qual-futuro-per-la-comunicazione/notizia_rp/44127/4)

dal CSR Manager Network, l'Associazione che riunisce i responsabili delle politiche di sostenibilità o csr (corporate social responsibility) delle maggiori imprese italiane promossa da Altis (Alta Scuola Impresa e Società dell'Università Cattolica di Milano) e ISVI (Istituto per i valori d'impresa).

Per la prima volta l'Associazione dei professionisti che all'interno delle aziende coordinano e gestiscono gli interventi di sostenibilità dedica un evento di approfondimento specifico al tema comunicazione nella sua accezione più strategica e dal punto di vista istituzionale, della comunicazione con il consumatore finale e della rendicontazione agli stakeholder.

Grazie anche ad un excursus di ricerche più recenti, alla presentazione di casi di successo e all'apporto di strumenti diagnostici innovativi in grado di misurare qualità, rischi e opportunità del posizionamento di mercato, verranno delineate le principali tendenze in atto e un possibile decalogo di buone regole nell'approccio e negli stili comunicativi.

L'incontro prenderà il via con un saluto di Caterina Torcia, Presidente CSR Manager Network a cui seguirà l'intervento introduttivo di Carlo Cici e Danilo Devigili, rispettivamente partner e manager di RGA, sul tema "sostenibilità e posizionamento di comunicazione: rischi e opportunità".

La seconda relazione approfondirà la comunicazione di tipo pubblicitario con l'intervento I don't fake happiness di Geo Ceccarelli, Direttore Creativo Esecutivo e General Manager TBWA.

Seguiranno due Tavole Rotonde con alcune imprese leader, esperti e rappresentanti degli stakeholders.

La prima, moderata dal giornalista e blogger [www.SRIvoluzione.it](http://www.SRIvoluzione.it), Andrea di Turi, sarà dedicata alla comunicazione istituzionale con gli interventi di: Filippo Bocchi, CSR Manager Gruppo Hera, Maria Cristina Ferradini, Head of sustainability and foundation Vodafone, Francesca Magliulo, CSR Manager Edison, Rossella Muroli, Direttore Generale Legambiente e Alessandra Piloni, Chief Communications Officer Consumers' Forum.

La seconda Tavola Rotonda approfondirà il tema della sostenibilità nelle campagne pubblicitarie.

Moderata da Enzo Argante, giornalista e fondatore Comitato Nuvola Verde, vedrà la partecipazione di: Giulio Marotta, Esperto Osservatorio sulla Pubblicità ingannevole di Assoutenti, Massimo Milita, Direttore Marketing Sorgenia, Carlo Orlandi, Presidente Comitato di Controllo Istituto Autodisciplina Pubblicitaria, Luciano Pirovano, International Business Development and Csr Manager Bolton Alimentari.