

**Rp.** Ferpi compie quarant'anni

# Comunicatori a misura di Pmi

La crisi mondiale e il calo degli investimenti pubblicitari mette a dura prova le grandi testate giornalistiche - che parallelamente hanno spinto il boom dell'informazione online - mentre nel contempo si manifesta la forte propensione alla multicanalità e ai social network: per Gianluca Comin, 46 anni, presidente di Ferpi, in un momento di grandi trasformazioni come l'attuale le relazioni pubbliche costituiscono la risposta più adatta. «Perché più flessibile e più indirizzata ad un consenso razionale, costruito attorno alla reputazio-

## VERSO IL FUTURO

L'associazione professionale di relazioni pubbliche punta a una serie di iniziative per favorire la formazione sulla comunicazione digitale

ne» sostiene il direttore delle relazioni esterne di Enel.

Ferpi, la Federazione italiana relazioni pubbliche, rappresenta i professionisti che operano nelle relazioni pubbliche e la cui attività - recita il loro statuto - è definita dalla finalità di creare, sviluppare e gestire sistemi di relazione con i pubblici influenti sul raggiungimento degli obiettivi perseguiti da singoli, da imprese e amministrazioni pubbliche. Quest'anno Ferpi, con i suoi mille associati e l'80% dei direttori comunicazione delle grandi aziende, celebra il quarantesimo anniversario e il 23 aprile al Festival del giornalismo di Perugia terrà una convegno dedicato al tema: Ferpi, 40 anni tra comuni-

cazione e informazione.

«Con l'esplosione della multicanalità - aggiunge Comin - Ferpi ha promosso un programma a 360 gradi per alzare l'asticella della preparazione dei comunicatori e saper padroneggiare i nuovi media. Abbiamo infatti realizzato un nuovo sito con un proprio social network dedicato ai soci: FerpiNet. E realizziamo convegni e ricerche sulla rete e sugli strumenti più attuali di costruzione della reputazione on line». Ciò significa trovare nuovi metodi di lavoro, parlare nuovi linguaggi, scegliere strumenti idonei per costruire relazioni con i nuovi interlocutori. «Del resto - aggiunge il presidente di Ferpi - è cambiato il rapporto stesso tra comunicatore e giornalista che è "uno" dei referenti del mondo della comunicazione. E lo stesso giornalista della carta stampata è chiamato a scrivere articoli sul sito del giornale».

Infine le Pmi sono entrate nel mirino di Ferpi. «Una delle principali sfide per le relazioni pubbliche - sottolinea Comin - sarà proprio quella di diffondere la cultura della comunicazione e farne conoscere il valore strategico all'interno delle piccole organizzazioni: potrebbero uscire dalla crisi con un migliore livello di preparazione». Ma come conciliare l'obiettivo con i budget falcidiati dalla crisi? «Non sono un ostacolo - conclude Comin - basta dare uno sguardo agli investimenti dello scorso anno nel settore culturale: le Pmi hanno investito tre miliardi sotto forma di concerti, convegni, sponsorizzazioni e molto altro».

**E.Sc.**