

FERPi

FEDERAZIONE  
RELAZIONI  
PUBBLICHE  
ITALIANA

## Strategia 2020-2021

Dicembre 2019

# OBIETTIVI STRATEGICI

---



Diventare **l'organizzazione di riferimento** per chi opera nel mondo della comunicazione capace di accogliere professionisti che fanno professioni diverse



Diventare la **casa** di chi lavora in aziende, agenzie, enti pubblici o del Terzo Settore ma anche di liberi professionisti, figure a volte più deboli nel mercato del lavoro



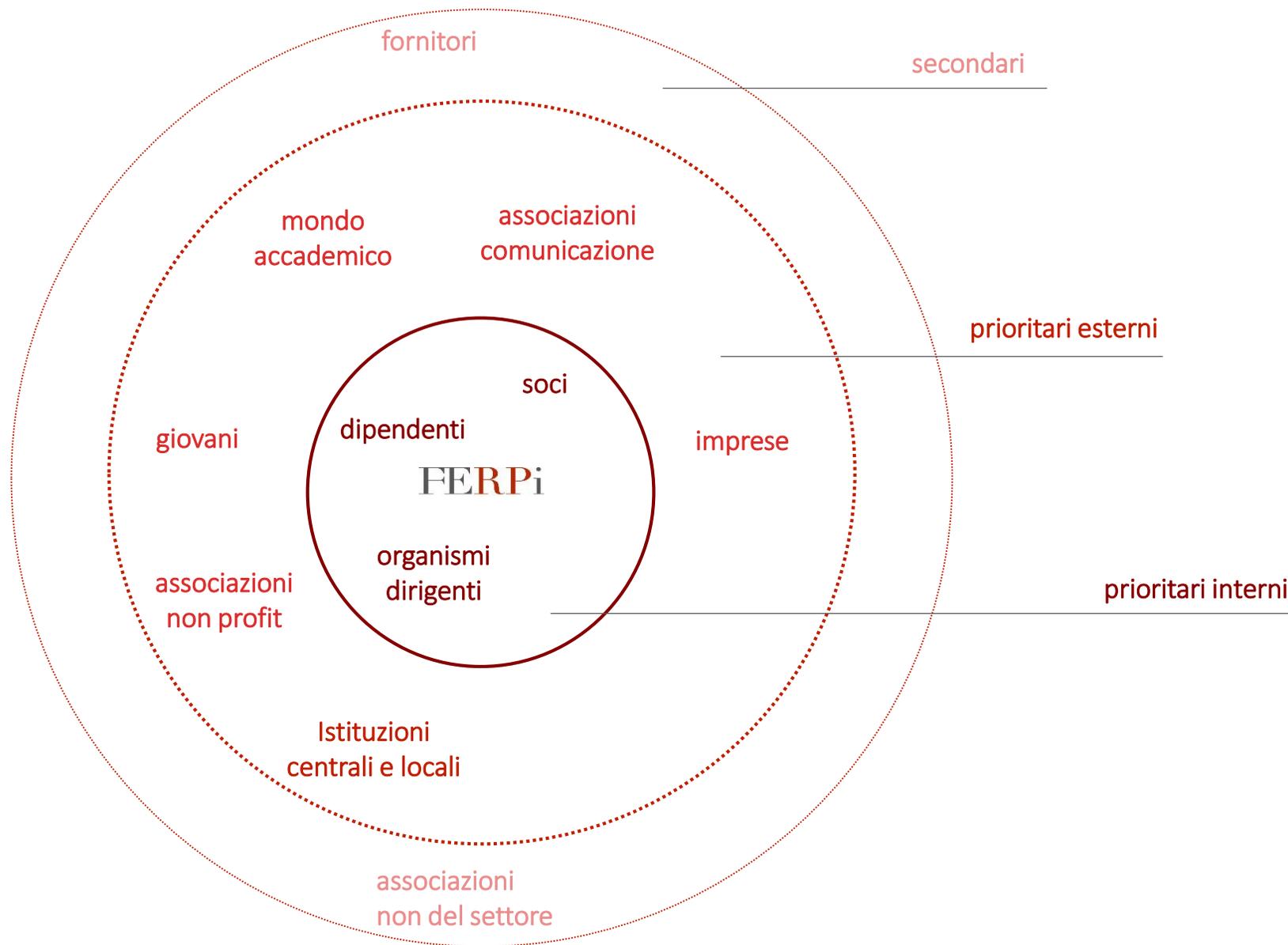
Diventare un **attore importante** in un momento di grande cambiamento che richiede dinamismo, vivacità, apertura: per dare voce ai professionisti delle Relazioni Pubbliche e della comunicazione professionale nel dibattito pubblico, per confrontarsi con altre organizzazioni, per dialogare con le istituzioni centrali e locali.

## OBIETTIVI SPECIFICI

---

- ✓ **valorizzare la professione** e accelerare il processo di riconoscimento del suo ruolo strategico anche ma non solo attraverso la certificazione delle competenze
- ✓ rafforzare l'associazione **aumentando in modo significativo il numero degli iscritti** e diversificando le fonti di finanziamento
- ✓ **migliorare il posizionamento** nei confronti di tutti gli stakeholder, in particolare dei principali attori del mercato e delle istituzioni
- ✓ **rafforzare la conoscenza** del nostro lavoro nel pubblico e migliorare il livello di fiducia delle persone nei confronti della nostra professione
- ✓ **migliorare visibilità e rilevanza** di FERPI nel mercato della comunicazione e delle Relazioni Pubbliche
- ✓ avviare una riflessione sull'**innovazione tecnologica** che interessa e sempre più interesserà la nostra professione per indirizzarne il dibattito e individuare rischi ed opportunità.

# MAPPA DEGLI STAKEHOLDER



# APPROCCIO STRATEGICO

---

1

## Valorizzare la professione

**Rappresentatività e rappresentanza:** vogliamo intervenire, insieme con altre associazioni del settore, sui processi legislativi e sulle dinamiche del mercato per valorizzare il ruolo dei comunicatori professionali e tutelarne diritti e compensi.

2

## Contribuire alla crescita culturale

**Passione e ispirazione:** in tutti gli eventi - Oscar di Bilancio, Inspiring PR, eventi 50° etc. - e nelle diverse occasioni, dalla formazione al dialogo con le istituzioni, vogliamo sottolineare il valore anche culturale della nostra professione e il nostro ruolo per uno sviluppo sempre più sostenibile.

## APPROCCIO STRATEGICO /segue

---

3

**Sottolineare la volontà di collaborare**  
**Stringere alleanze:** se lavoriamo in questa direzione il nostro impegno sarà sempre di “allargare” le reti relazionali cercando di identificare tutti i soggetti che possono fare con noi un percorso.

4

**Valorizzare il ruolo dei territori e la presenza internazionale**  
**Dal locale al globale:** il nostro ruolo è curare lo sviluppo delle relazioni a livello territoriale (possiamo ambire ad essere “tessitori sociali”) e rafforzare la presenza a livello internazionale.

## governance

Ripensare l'organizzazione interna con l'obiettivo di modificare alcune procedure che rendono oggi complessa la gestione.

Adottare nel CND **modalità operative** simili a quelle di un Consiglio di Amministrazione che produce risultati in tempo definito

**Responsabilizzare i team leader** dei Gruppi di lavoro chiedendo di definire almeno un obiettivo concreto e i tempi per raggiungerlo

Elaborare una **proposta di nuova governance** raccogliendo anche i suggerimenti dello Steering committee

## gruppi di lavoro

**Rendere più efficiente ed efficace le attività dei gruppi di lavoro individuando modalità di lavoro che aiutano la condivisione.**

Relazioni internazionali

Riconoscimento professionale e certificazione della professione

Servizi ai soci

Relazioni con i sistemi di rappresentanza associativa

Comunicazione ambientale

Relazioni con il non profit

Fundraising strategico

Rappresentanza istituzionale per la valorizzazione economica della professione

Rapporti le Amministrazioni locali

Advocacy e Public Affairs

Relazioni con i media

Rapporti con la PA

Grandi eventi e Oscar di bilancio

Comunicazione digitale

Giovani e UniFERPI

## iniziative per i soci

Rinnovare le attività di formazione, ripensare i servizi, offrire maggiori occasioni di networking.

### FORMAZIONE

Semplificare il regolamento della CASP

Definire un programma degli incontri formativi più vicino alle esigenze dei soci

### SERVIZI

Implementare l'offerta e definire la Carta dei servizi

### NETWORKING

Organizzare incontri di networking per facilitare la conoscenza tra soci e stimolare nuove iscrizioni

## delegazioni territoriali

Migliorare la collaborazione tra organismi centrali e territoriali.

### CALENDARIO INCONTRI

Definire il programma di incontri organizzati dalle delegazioni territoriali per il 2020

### FORMAZIONE

Organizzare attività formative in collaborazione con CASP

### MARKETING ASSOCIATIVO

Avviare azioni a livello territoriale per aumentare il numero di soci in collaborazione con CAV

## visibilità e comunicazione

Migliorare la comunicazione per aumentare l'engagement di soci attuali e potenziali.

### SITO E SOCIAL

Ripensare l'articolazione del sito

Aumentare la condivisione di nuovi contenuti anche con notizie internazionali

Riorganizzare i canali social

### LOGO E IMMAGINE COORDINATA

Riprogettare il logo e l'immagine coordinata in occasione del 50° Ferpi

### MEDIA RELATIONS

Rafforzare l'attività anche grazie a maggiori sinergie tra i gruppi di lavoro "Comunicazione digitale" e "Relazioni con i media"

### POSITION PAPERS

Preparare alcuni position papers su temi importanti per la professione

## rapporti con le istituzioni

Migliorare i rapporti con le istituzioni centrali e gli enti locali.

Pianificare una serie di incontri con i **rappresentanti delle istituzioni** in accordo con i Gruppi di lavoro “Rapporti le Amministrazioni locali”, “Advocacy e Public Affairs”, “Rapporti con la PA”, “Rappresentanza istituzionale per la valorizzazione economica della professione”

Prevedere con la **collaborazione delle Delegazioni regionali** incontri di presentazione di FERPI agli enti locali identificando possibili aree di collaborazione

### collaborazioni e partnership

Studiare e sviluppare una politica di alleanze con altri attori importanti.

Avviare dei tavoli di lavoro per uno scambio di idee e per condividere progetti con le **altre associazioni** del settore della comunicazione

Promuovere e organizzare **incontri interassociativi** su temi di interesse comune

Pianificare una serie di iniziative con alcuni atenei anche monitorando i rapporti dei soci Ferpi con il **mondo accademico**

## relazioni internazionali

Rafforzare la presenza di Ferpi in organizzazioni internazionali.

Attivare nuove forme di collaborazione con le **associazioni internazionali** del mondo della comunicazione

Preparare la candidatura italiana per ospitare l'**edizione 2022 del WPRF - World PR Forum**

## eventi

Prevedere un piano di eventi per i 50 anni di Ferpi.

### 50° FERPI

Pianificare una serie di eventi itineranti da organizzare nel 2020 per i 50 anni di Ferpi

### INSPIRING PR e OSCAR DI BILANCIO

Pianificare le nuove edizioni e inserirle nel calendario degli eventi per i 50 anni

### HACKATHON

Organizzare il primo Hackathon in collaborazione con UNIFERPI per generare nuove idee e lanciare proposte innovative

## LE AZIONI

---

### ricerca e cultura della professione

Rafforzare il posizionamento di Ferpi anche come soggetto culturale.

#### **CENTRO STUDI**

Avviare la progettazione del Centro Studi definendo con attenzione obiettivi, modalità di gestione, budget, soggetti coinvolti e da coinvolgere.

#### **OSSERVATORIO DELLE PROFESSIONI**

Valutare la creazione di un Osservatorio sulle professioni da organizzare con la collaborazione di alcuni atenei.

## sostenibilità economica

Prevedere azioni per migliorare la situazione economica identificando nuovi strumenti di raccolta fondi con l'obiettivo di diversificare le entrate.

Pianificare iniziative per **umentare in modo significativo il numero dei soci** anche definendo una collaborazione con altre associazioni del settore

Definire una strategia per **ridurre la morosità** degli associati

Partecipare a **bandi pubblici** per trovare nuovi finanziamenti

Definire una strategia di fundraising in occasione dei 50 anni che preveda la **ricerca sponsor** e un'attività di **crowdfunding**.