

All'attenzione della Commissione elettorale di garanzia per l'elezione del Presidente e del Consiglio Direttivo Nazionale - assemblea del 22 giugno 2019

DOCUMENTO DI INDIRIZZO E DI PROGRAMMA FERPI: 4 PAROLE CHIAVE, 3 OBIETTIVI, 12 IMPEGNI

Una FERPI capace di valorizzare la professione in un momento di metamorfosi dove cambia il mercato, si modificano strumenti e linguaggi, evolve la professione del comunicatore.

Una FERPI che non vuole essere spettatore ma attore di questo cambiamento, che si impegna a dare voce ai professionisti delle Relazioni Pubbliche e della comunicazione nel dibattito pubblico, capace di dialogare con le istituzioni e di confrontarsi con altre organizzazioni.

Una FERPI che mette al centro le persone e i territori e che si caratterizza per dinamismo, vivacità, apertura, sostenibilità.

4 PAROLE CHIAVE

1 - Dinamismo: un modo di essere prima ancora che un'azione. Saremo proattivi, prenderemo posizione sui temi più attuali, lavoreremo per ascoltare e farci ascoltare.

2 - Vivacità: grazie al lavoro delle Delegazioni territoriali e dei soci ci impegneremo per connettere idee ed energie di quanti vorranno partecipare al cambiamento.

3 - Apertura: il confronto con altre associazioni e attori sociali permetterà ai soci di arricchirsi oltre che realizzare iniziative che FERPI da sola non potrebbe portare avanti.

4 - Sostenibilità: contribuiremo alla crescita della cultura della sostenibilità mettendo le nostre competenze al servizio di chi crede in un futuro più responsabile per le persone e il pianeta.

3 OBIETTIVI

1 - Aumentare la notorietà, l'autorevolezza, la capacità di rappresentanza

2 - Valorizzare i territori e sostenere lo sviluppo delle Delegazioni

3 - Diversificare le fonti di finanziamento per migliorare la situazione economica

12 IMPEGNI

1 - La diversità come valore

La situazione attuale FERPI è espressione di diverse anime della professione. Le esigenze di soci che operano in contesti differenti e con ruoli diversi (liberi professionisti, imprenditori e responsabili di agenzia, direttori comunicazione di imprese pubbliche e private etc.) è stato a volte un problema.

Gli impegni futuri La diversità è un valore: crediamo che FERPI sia l'interlocutore ideale per chi vuole discutere del futuro della comunicazione perché composta da persone che pur avendo attese diverse sentono di appartenere ad una comunità coesa.

Le azioni A settembre verrà preparato un piano per ingaggiare gli stakeholder e da ottobre 2019 partirà l'attività di ascolto dei soci. Un percorso che evidenzierà le caratteristiche delle diverse professionalità e promuoverà una serie di iniziative per avviare un confronto costruttivo.

2 - Il valore della professione

La situazione attuale Il mercato e la professione stanno cambiando rapidamente e troppo spesso la comunicazione non è considerata strategica.

Gli impegni futuri Valorizzeremo la capacità dei comunicatori di gestire le relazioni con gli stakeholder interni ed esterni, una capacità che ci deve essere riconosciuta dai diversi attori sociali.

Azioni A partire da settembre 2019 inizieremo a preparare alcuni *position paper* che ci consentiranno di esprimere le nostre idee su temi centrali per FERPI. Nei prossimi mesi proseguiremo l'impegno per la valorizzazione della professione e ingaggeremo, se necessario,

battaglie per difendere i nostri diritti. Nel primo trimestre 2020 organizzeremo un evento, che avrà cadenza annuale, e diventerà un appuntamento atteso per tutti i professionisti non solo per i soci. Valuteremo con un editore la creazione di una collana FERPI.

3 - La centralità dei territori

La situazione attuale Le Delegazioni territoriali hanno un ruolo importante che non sempre è stato riconosciuto: quando una Delegazione funziona, su quel territorio FERPI cresce in numero di associati, autorevolezza, capacità di ingaggio.

Gli impegni futuri Le Delegazioni verranno coinvolte attivamente nella definizione del piano strategico e saranno stimolate a proseguire il lavoro svolto e, se possibile, a potenziarlo.

Azioni A settembre 2019 sarà pronto il “Kit delegati” con alcuni strumenti operativi e un programma di incontri per armonizzare le principali iniziative organizzate dai territori dove sarà presente, quando possibile, un membro del Consiglio Nazionale. A partire del 2020 organizzeremo con cadenza periodica incontri tra i Delegati per migliorare la conoscenza reciproca. Sempre all’inizio del 2020 verrà avviato uno studio per ripensare l’articolazione della quota associativa e assegnare parte dell’importo alle Delegazioni territoriali.

4 - Il coinvolgimento dei giovani e il rapporto con le università

La situazione attuale FERPI Giovani non è mai decollata e sono sempre meno i giovani presenti in associazione. UNIFERPI funziona solo in alcune aree e pochi si iscrivono a FERPI dopo la laurea. I rapporti con alcuni atenei sono stati importanti: queste università riconoscono FERPI come interlocutore utile anche per adeguare l’offerta formativa alle richieste del mercato.

Gli impegni futuri Ci impegniamo a definire un percorso articolato dove i giovani affiancheranno i soci con più esperienza nel processo di cambiamento.

Azioni A luglio 2019, dopo il monitoraggio degli accordi in essere con le università, verrà impostato un piano per attivare o riattivare la collaborazione con atenei e centri di ricerca che si occupano di comunicazione, sostenibilità etc. Un gruppo di lavoro definirà un piano d’azione condiviso con le Delegazioni per avvicinare i giovani comunicatori a FERPI.

5 - La collaborazione con le altre associazioni

La situazione attuale Esistono buoni rapporti con alcune associazioni del settore della comunicazione che però non sempre hanno portato i risultati attesi.

Gli impegni futuri Un obiettivo importante è migliorare la collaborazione con altre associazioni anche attraverso incontri per un networking associativo capace di creare valore condiviso.

Azioni All’inizio del 2020 partiremo con la programmazione di tavoli di confronto con altre associazioni su temi importanti: saremo proattivi nel proporre la presenza di FERPI in eventi promossi da altri e organizzeremo eventi a cui inviteremo altre associazioni.

6 - Il rapporto con le istituzioni

La situazione attuale Il rapporto con le istituzioni è stato in alcuni casi positivo: il riconoscimento della Legge 4/2013; le pari opportunità di accesso al mercato della PA tra giornalisti e comunicatori (esito audizione Antitrust); confronto con INPGI.

Gli impegni futuri La fase di profonda evoluzione nella gestione delle relazioni istituzionali che stiamo attraversando renderà necessario rafforzare l’attività di advocacy.

Azioni Sarà portato a termine il percorso di revisione della norma UNI sulle professioni della comunicazione e continueremo a collaborare con le altre associazioni sull’evoluzione della legge 150/2000. In accordo con le Delegazioni, saranno avviati contatti con le istituzioni locali proponendo la presenza di FERPI in tavoli di lavoro, incontri, eventi promossi sui territori.

7 - La presenza internazionale

La situazione attuale Esistono buone relazioni con alcune associazioni internazionali che non sempre hanno portato i risultati attesi in termini di condivisione e contaminazione.

Gli impegni futuri Il valore dello scambio con altri paesi rappresenta un fattore di crescita per i soci: l'obiettivo è consolidare i rapporti esistenti e allargare la collaborazione anche a soggetti diversi.

Azioni Nei prossimi mesi verrà definito un piano per essere più presenti nella comunità internazionale incrementando gli scambi con Global Alliance, BledCom e altre associazioni e partecipando a programmi di ricerca, a gruppi di lavoro etc.

8 - La formazione

La situazione attuale La formazione CASP ha registrato risultati positivi ma anche alcune criticità.

Gli impegni futuri L'impostazione di un'offerta formativa sarà una priorità e verrà approfondita la possibilità che diventi fonte di entrate come accade per alcune associazioni in altri paesi.

Azioni A partire da settembre 2019 un gruppo di lavoro imposterà un programma rivisto nei contenuti, nelle modalità e nella diffusione sul territorio con l'obiettivo anche di aumentare la formazione on line. Verranno analizzate le tendenze del mercato e intercettate le esigenze dei soci; saranno contattati i soci con maggior esperienza che possono mettere le loro competenze a disposizione dell'associazione.

9 - La partecipazione alla vita associativa

La situazione attuale Il meccanismo delle deleghe non ha portato i risultati attesi e spesso non ci sono stati ritorni utili per l'associazione.

Gli impegni futuri La partecipazione dei soci alla vita dell'associazione è fondamentale: anche questo sarà tra le priorità per il rilancio di FERPI.

Azioni Nel mese di luglio verranno creati alcuni gruppi di lavoro, ognuno coordinato da un team leader, su temi individuati o su nuovi argomenti indicati dai soci. Ogni gruppo avrà obiettivi concreti: per esempio, realizzare un documento con alcune linee guida, preparare ricerche utili per i colleghi etc.

10 - La diversificazione delle fonti di finanziamento

La situazione attuale FERPI ha visto l'ingresso di nuovi soci ma anche numerose dimissioni: la decisione di "pulire" gli elenchi eliminando coloro che erano morosi da anni ha ridotto il numero degli iscritti creando anche problemi di tipo amministrativo.

Gli impegni futuri Verrà messa a punto rapidamente una strategia di marketing associativo e di fundraising da fonti diverse che potrà prevedere anche attività di crowdfunding.

Azioni A partire da luglio sarà dedicata particolare attenzione alla definizione di un piano per migliorare la situazione economica: solo così sarà possibile sostenere le Delegazioni ed eventualmente prendere in esame la modifica delle quote. Un lavoro che dovrà proseguire nei mesi successivi per arrivare entro dicembre 2019 a una prima ipotesi strutturata.

11 - La modalità di adesione

La situazione attuale Per potersi iscrivere è previsto un percorso che oggi risulta non sempre agevole per i nuovi soci.

Gli impegni futuri Sarà studiata una procedura più snella per chi vuole aderire a FERPI.

Azioni A ottobre 2019 verrà avviata l'attività di un gruppo di lavoro incaricato di preparare una serie di proposte operative.

12 - Il rinnovamento della governance

La situazione attuale L'attuale sistema di governo ha dimostrato alcune carenze: tra le altre, una eccessiva lentezza nelle decisioni, passaggi burocratici non più al passo con i tempi etc.

Gli impegni futuri La governance sarà rivista realizzando una maggior integrazione tra Consiglio Direttivo Nazionale e Delegazioni territoriali di cui sarà valorizzata la leadership e la progettualità.

Azioni Un gruppo di lavoro sarà incaricato di studiare modelli nazionali e internazionali che hanno ottenuto risultati positivi e preparare entro marzo 2020 un piano con alcune proposte operative.

IL MIO IMPEGNO E I MIEI VALORI

Credo nell'importanza della comunicazione e nel ruolo che può giocare per ingaggiare gli stakeholder. Nel 2002 ho fatto diventare l'interesse per il sociale la mia professione: con la nascita di Koinètica ho lavorato per imprese che hanno fatto dell'impegno ambientale e sociale un driver strategico.

Credo nel valore del confronto: dal 2005 organizzo eventi di rilievo nazionale come "Il Salone della CSR e dell'innovazione sociale" per offrire alle organizzazioni sostenibili occasioni di confronto e contaminazione.

Credo nella condivisione: nel 2014 ho creato il blog "CSR e Dintorni" per dare voce alle esperienze di imprese, start up, studenti.

Credo nei giovani: nel 2015 ho contribuito alla nascita di "CSRnatives", l'unico network in Italia di studenti universitari appassionati di sostenibilità.

Credo nella formazione: insegnare è il mio impegnativo hobby. Da oltre 10 anni sono docente di Comunicazione sociale all'Università degli Studi di Milano e di Marketing non convenzionale all'Università Cattolica di Milano.

Credo nella vita associativa: sono membro del Consiglio Direttivo del CSR Manager Network, del Consiglio Nazionale FERPI, del CdA della Fondazione Pubblicità Progresso.

Credo nella cultura: ho pubblicato centinaia di articoli e diversi libri dedicati alla sostenibilità. Tra i più recenti: "Sostenibilità Competitività Comunicazione" (EGEA, Milano, 2018); "Comunicazione e sostenibilità. 20 tesi per il futuro" (EGEA, Milano, 2016); "Luce sul sociale! Parole, misure, strumenti per la comunicazione sociale" (Astragalo, Novara, 2015); "La comunicazione sociale" (Carocci, Roma, 2014, con F.R. Puggelli); "Pubblicità Progresso. La comunicazione sociale in Italia" (ERI RAI, Roma, 2011, con R. Bernocchi); "Oltre la CSR" (De Agostini Isedi, Roma, 2009, con L. Ferrari e S. Renna).

Credo che tutte le organizzazioni hanno un ruolo sociale e che la sostenibilità deve essere una scelta condivisa.

ROSSELLA SOBRERO



MILANO, 8 APRILE 2019