

Salvatore Ricco

La comunicazione d'impresa nel mondo che cambia

Perché il ruolo dei comunicatori sarà sempre più strategico

La comunicazione d'impresa nel mondo che cambia

di Salvatore Ricco,
Global Chief Communication Officer Amplifon

13

Libri La comunicazione d'impresa nel mondo che cambia

Perché il ruolo dei comunicatori sarà sempre più strategico

di Salvatore Ricco,
Global Chief Communication Officer Amplifon

In un contesto segnato da incertezze macroeconomiche, crisi geopolitiche, trasformazioni sociali e, non da ultimo, dal prorompente ingresso dell'AI nella vita lavorativa, chi si occupa di comunicazione di impresa deve sapersi evolvere, adattare, ripensare. L'attività dei comunicatori di impresa deve misurarsi oggi con l'impatto dei social media e delle fake news, il ruolo ancora significativo dei media tradizionali, le sfide legate alla trasparenza e alla velocità delle informazioni, la gestione delle crisi reputazionali: solo comprendendo e maneggiando tutti questi aspetti, i comunicatori potranno diventare interpreti dei cambiamenti, guar-



diani della reputazione e, insieme, costruttori di fiducia. E saranno sempre più strategici e determinanti per il successo delle imprese. Sono le considerazioni che ci propone questo libro (FrancoAngeli Editore) che, co-

niugando esperienza personale, analisi critica, proposte di rinnovamento e suggestioni per il futuro, esorta a riflettere sul ruolo nuovo del comunicatore d'impresa oggi, sulla sua centralità nell'ecosistema aziendale, sull'importanza della sua azione come leva di reputazione e di business. Un ruolo non esente dai rischi legati all'AI, ma che grazie a originalità, pensiero critico e capacità di relazione, resterà insostituibile. Un invito non solo per chi già opera in questo settore, e ne vuole comprendere le evoluzioni, ma anche per le nuove generazioni, a non abbandonare la professione, ma anzi a coltivarla con competenze rinnovate. Un manifesto rivolto a tutti coloro che vivono nelle imprese (e non solo) per riaffermare la rilevanza della comunicazione in un mondo sempre più complesso, dove la differenza non la faranno le macchine, ma la capacità umana di pensare e dare senso alle parole. Salvatore Ricco, giornalista pubblicista, lavora nella comunicazione d'impresa da circa 25 anni, con esperienze manageriali in importanti aziende italiane come Pirelli, CIR, Snam e, attualmente, Amplifon.

