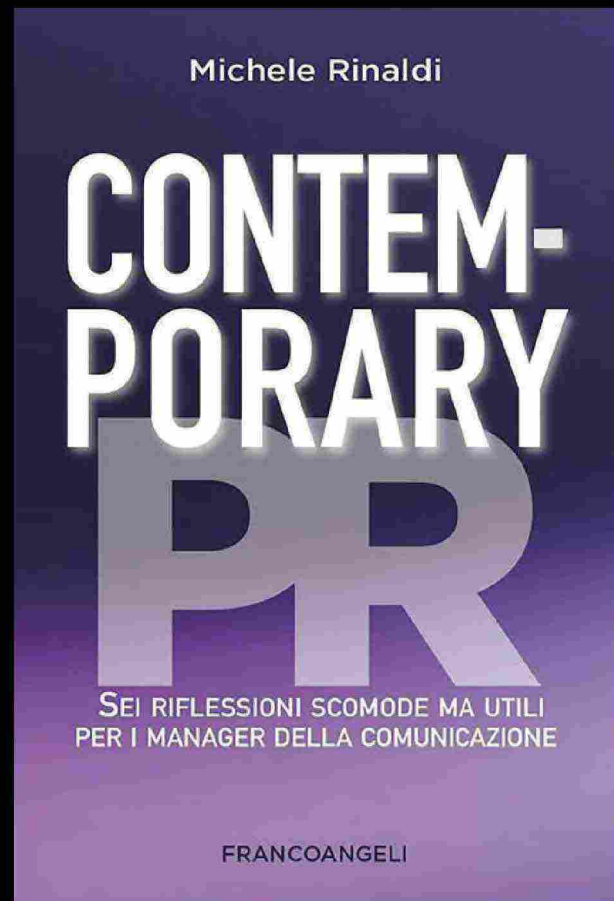


PER COLORO CHE OPERANO NEL MONDO DEL MARKETING E DELLA COMUNICAZIONE

“CONTEMPORARY PR”: MICHELE RINALDI RIDISEGNA IL RUOLO DELLE RELAZIONI PUBBLICHE

di Chiara Radovix

In un'epoca in cui il marketing evolve con rapidità e i social media ridefiniscono continuamente il rapporto tra brand e pubblico, il mondo delle relazioni pubbliche sembra essersi fermato. Termini come “fare l'ufficio stampa” o “per quello mandiamo poi un comunicato” sono ancora all'ordine del giorno in un settore dove tutto intorno sembra aver preso una piega diversa. Mentre i mezzi di comunicazione cambiano in fretta e cresce il numero di canali e contenuti destinati a un pubblico sempre più abituato a essere intrattenuto, **Michele Rinaldi** si domanda: ma le PR? È da qui che nasce “Contemporary PR. Sei riflessioni scomode ma utili per i manager della comunicazione”, il nuovo libro di Rinaldi edito da FrancoAngeli. Attivo nel campo della comunicazione dal 2006, l'autore ha sviluppato la propria esperienza tra relazioni pubbliche, digital PR, marketing strategico e consulenza per diversi brand nazionali e internazionali, oltre ad aver svolto attività di docenza e divulgazione sul tema della comunicazione contemporanea. In precedenza aveva già affrontato il rapporto tra brand e PR nell'epoca dei social media nel libro “Come essere un brand 2.0”. È sempre partendo dalla sua esperienza che oggi Rinaldi sviluppa una riflessione sullo stato attuale delle relazioni pubbliche. Convinto che le PR siano rimaste intrappolate nel passato, come in una vecchia fotografia, l'autore traccia un percorso articolato in sei riflessioni che portano a ridefinire il ruolo contemporaneo. Dall'analisi dell'attuale scenario della comunicazione all'importanza di conquistare l'attenzione attraverso storie e uno storytelling strutturato, fino a ridefinire le relazioni pubbliche come una vera e propria regia dell'intero flusso di comunicazione aziendale. Rinaldi si interroga poi sul “lato artificiale delle PR”, esplorando l'arrivo dell'AI anche in questo settore e indagandone un utilizzo strategico. Il libro si conclude con una visione più ampia del futuro della disciplina e del suo valore nella costruzione della reputazione e delle relazioni, spostando la prospettiva dalla semplice ricerca di visibilità a un vero e proprio indice di rilevanza, capace di



lasciare un segno nella mente delle persone. “Contemporary PR” si rivolge a chi opera nel mondo del marketing e della comunicazione. Non è un manuale di istruzioni, ma un invito a riconsiderare il senso delle relazioni pubbliche nel contesto attuale. Rinaldi propone una visione in cui

le PR non sono più un'attività di supporto alla visibilità del brand, ma uno strumento di interpretazione e costruzione della reputazione. Una prospettiva che, in un ecosistema mediatico sempre più complesso, appare non solo utile, ma necessaria.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

003600