

COME È CAMBIATO IL MODO DI COMUNICARE LA RAPPRESENTANZA: L'OPINIONE DELLE IMPRESE

Sergio DE LUCA, *Direttore Centrale Comunicazione e Immagine Confcommercio*



Come gli imprenditori vedono le rappresentanze



Rappresentanza sindacale delle imprese (firma dei contratti, ecc.)



Valorizzano la figura e il ruolo dell'imprenditore nell'ambito della sfera pubblica



Difendono gli interessi delle imprese presso le istituzioni

Come si informano le imprese sui temi di politica, economia e attualità

Social network



77,4%

62,3%



Internet (siti web, blog),
webinar, podcast

TV



60,5%

49,9%



Mail e Newsletter

Giornali e periodici
(digitali e cartacei)



38,3%

7,2%



Radio

Informazione GENERALISTA

VS

Informazione DI SERVIZIO (chat e social)

Gli imprenditori si informano di più sui social ma li considerano come lo strumento meno attendibile

Gli imprenditori vorrebbero essere informati attraverso



WHATSAPP



FACEBOOK

Efficacia della comunicazione delle Organizzazioni di categoria



Imprese che reputano efficace la comunicazione dell'associazione

Per essere ancora più efficace, i primi 2 ambiti su cui lavorare sono:

31,0%



utilizzo di un linguaggio
più moderno e con
più *appeal*

più innovazione
nei contenuti
dell'informazione



29,8%

Disintermediazione e media cambiano il ruolo delle rappresentanze

Negli ultimi anni
il ruolo delle rappresentanze si è ridotto

Le principali cause secondo le imprese:

49,5%

Meno spazio sui media
dedicato alle attività di
impresa

23,5%

Effetto della
disintermediazione della
politica nella società civile

GIORNATA DELLA COMUNICAZIONE

15 novembre 2022

COME È CAMBIATO IL NOSTRO MODO DI COMUNICARE



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

Crossmedialità



Cambiamenti confcommercio.it



Ottica SEO



**Informazione
di servizio**



FAQ

Social



Modernizzare la comunicazione



Rafforzare il *brand*



Leva di marketing



**Informazione di servizio digitale
diretta agli associati**



Sostenere l'attività di lobby