

Storytelling aziendale: il contributo degli osservatori aziendali

Indagine sul mercato italiano

Unipol
GRUPPO

Con il supporto di

SCS
CONSULTING



**INTERNATIONAL
JOURNALISM
FESTIVAL**

PERUGIA, ITALY | 3-7 APRIL 2019
XIII EDITION | FREE ENTRY



Osservatori Strumento per lo storytelling aziendale



Comprendere la diffusione degli Osservatori fra le modalità di comunicazione delle imprese, le tematiche di cui trattano e il livello di rispondenza agli interessi del grande pubblico

1



Comprendere quanto gli Osservatori contribuiscono allo sviluppo dell'immagine delle imprese

2



Identificare le modalità di divulgazione adottate dalle imprese per la diffusione degli Osservatori

3

Storytelling aziendale: il contributo degli Osservatori

- Per comprendere il contributo degli Osservatori Aziendali allo «storytelling» aziendale, SCS Consulting ha realizzato una indagine volta a rilevare la diffusione di tale strumento nelle iniziative di comunicazione adottate dalle imprese.

Definizione di Osservatorio

- Osservatorio inteso come studio e ricerca su tematiche di natura socio-economica, realizzato da un'impresa o di cui l'azienda è sponsor. Abbiamo escluso gli osservatori realizzati da Enti Accademici o società di ricerca e/o consulenza

Perimetro di indagine

- Ci siamo focalizzati sulle aziende più rappresentative del mercato italiano: abbiamo pertanto analizzato le 40 aziende appartenenti all'indice borsistico FSTE MIB, nonché su altre 40 imprese appartenenti al ranking MBRES non già presenti nel FTSE MIB

Modalità di analisi

- Abbiamo analizzato le fonti pubbliche (web) con particolare riferimento al periodo 2016-2019 focalizzandoci sugli Osservatori continuativi ed escludendo le iniziative *una-tantum*
- Abbiamo realizzato una survey sul *general public* allo scopo di comprendere come il comunicare tramite Osservatori contribuisce all'immagine dell'impresa.

PERIMETRO DELLE AZIENDE ANALIZZATE

Siamo partiti dalle principali imprese italiane

FTSE MIB

Ranking MBRES



... delle 80 imprese analizzate circa il 20% comunicano anche mediante Osservatori...

WHO



Delle **80** imprese analizzate, **15**
«comunicano» anche mediante
Osservatori

HOW

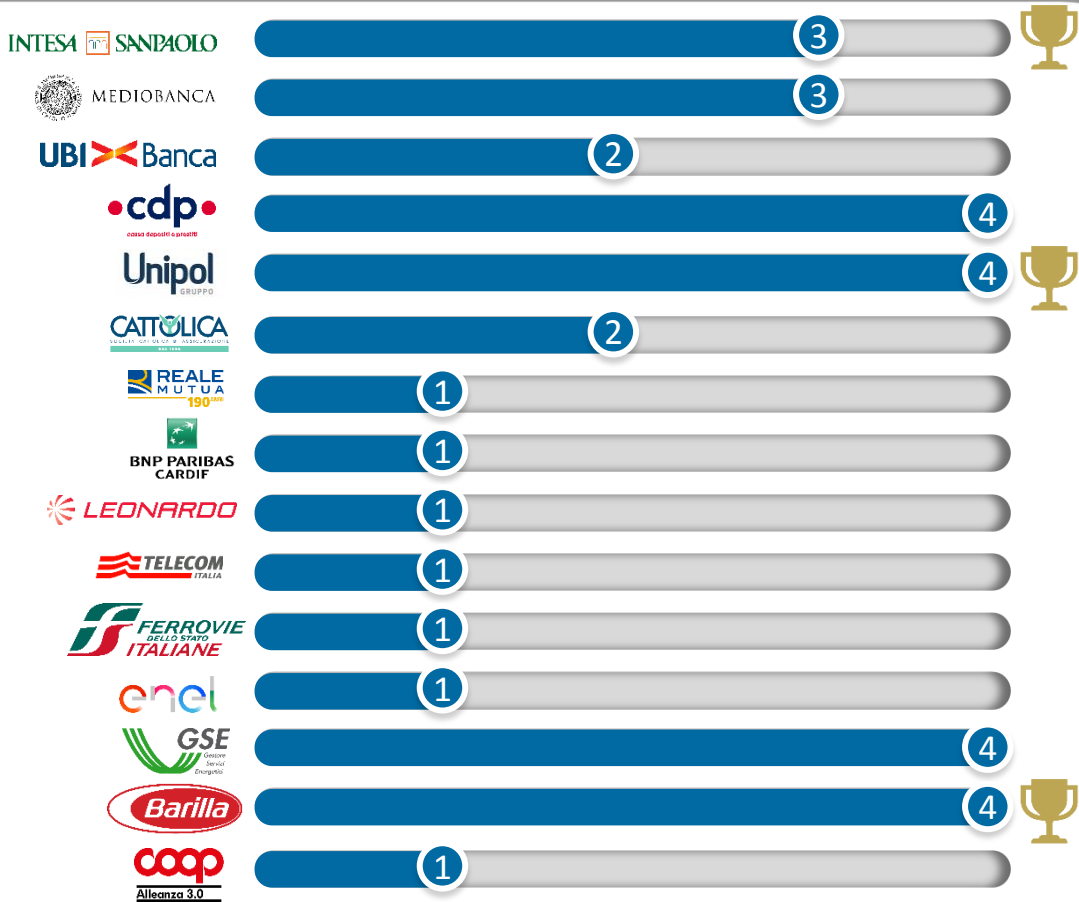


55 Osservatori, di cui **33**
proprietari e **22** Sponsor

WHEN



84% «continuativi» e **16%**
«*una-tantum*»

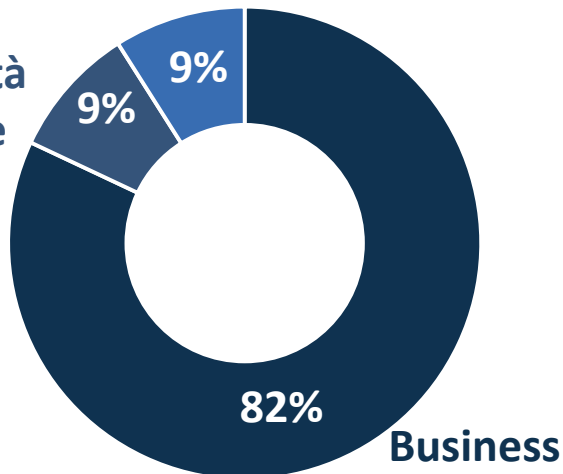


Giudizio qualitativo espresso escludendo gli outlook di mercato sulla base della profondità ed innovatività dell'analisi condotta

... Prevalentemente su tematiche correlate al business di appartenenza e prevalentemente su aspetti di carattere economico e produttivo

Sostenibilità sociale

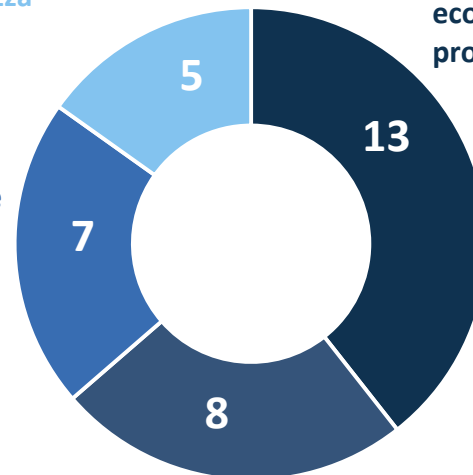
Sostenibilità ambientale



Ridurre le disuguaglianze di reddito, di genere, di razza e politiche e sicurezza

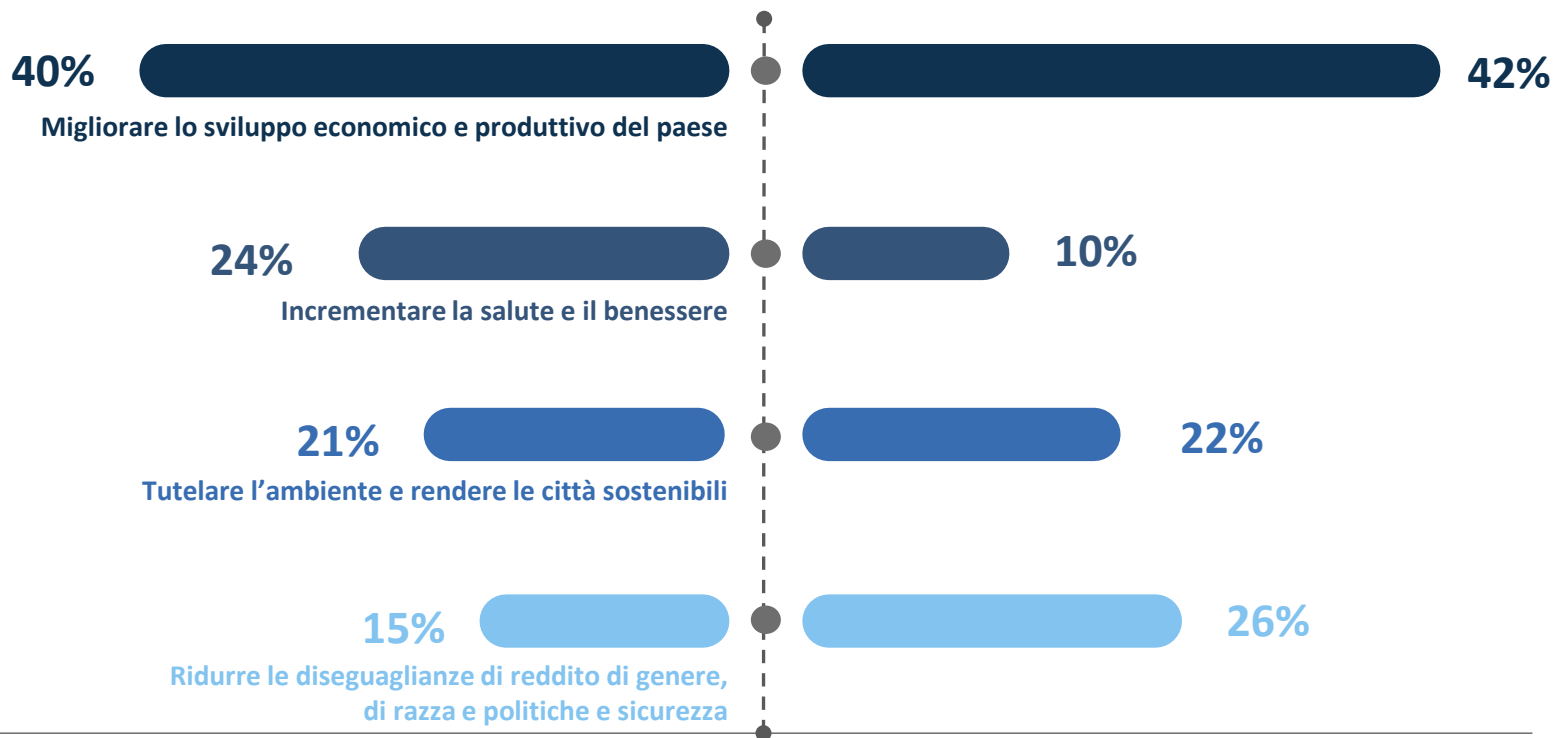
Migliorare lo sviluppo economico e produttivo del Paese

Tutelare l'ambiente e rendere le città sostenibili



Incrementare la salute e il benessere

... Sembrerebbe emergere un gap nelle aspettative del general public sulle tematiche legate alla "riduzione delle diseguaglianze di reddito, di genere di razza e politiche"



Di che cosa trattano gli Osservatori

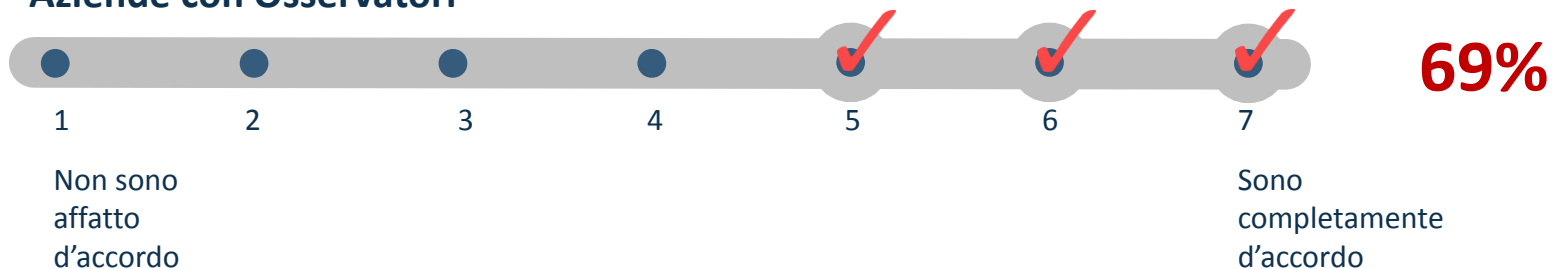
Aspettative del general public

MA COMUNICARE ATTRAVERSO GLI OSSERVATORI, QUALI IMPATTI PRODUCE SUL GENERAL PUBLIC?

... Sembra che l'aprirsi e lo scoprirsi attraverso lo strumento degli Osservatori possa contribuire ad aumentare il livello di fiducia del general public

- Nell'ambito della nostra survey abbiamo chiesto di esprimere un giudizio sul **livello di fiducia** assegnando un voto da 1 a 7 su un panel di 40 imprese fra le quali erano ricomprese le nostre 15 imprese che comunicano mediante Osservatori:

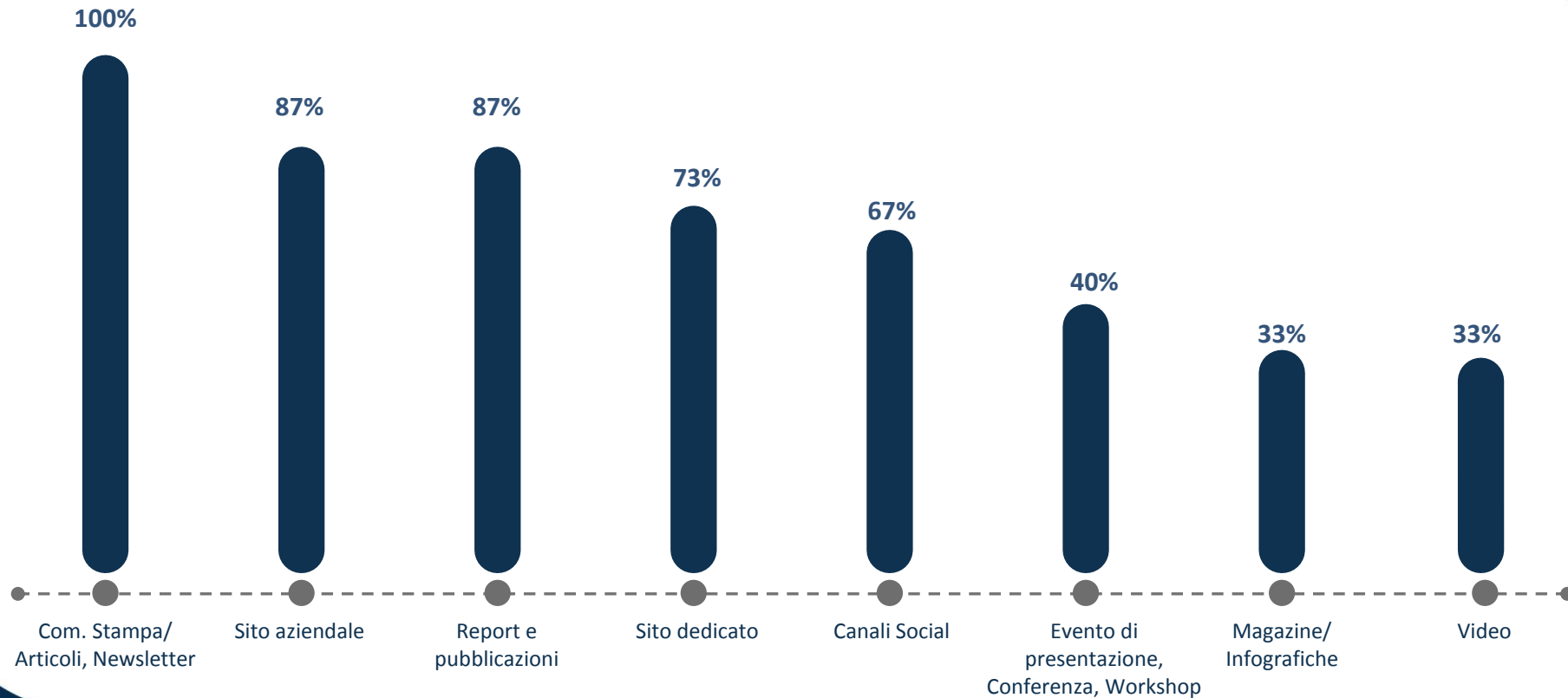
Aziende con Osservatori



Aziende senza Osservatori



... Per il momento sembrerebbe ancora uno strumento prevalentemente utilizzato per comunicare agli addetti ai lavori, ed ancora poco al "grande pubblico", nonostante i potenziali benefici in termini di aumento della fiducia



Unipol
GRUPPO

Con il supporto di

SCS
CONSULTING



**INTERNATIONAL
JOURNALISM
FESTIVAL**

PERUGIA, ITALY | 3-7 APRIL 2019
XIII EDITION | FREE ENTRY