

Le RELAZIONI con i MEDIA in AZIENDA



Milano, Hotel Scala

①. L'Ufficio Stampa tra old, new e social media

Valutare rischi e opportunità
della comunicazione globale

Milano, Martedì 27 gennaio 2015

②. Comunicare in caso di Crisi ed Emergenza

Definire strategie e interventi
per tutelare la reputazione aziendale

Milano, Giovedì 12 febbraio 2015

Marisandra Lizzi
iPRESS -
NEWS SOCIAL PLATFORM

Lorenza Bassetti
AD MIRABILIA

Giacomo Fusina
HUMAN HIGHWAY

Daniele Pinosa
SEC RELAZIONI PUBBLICHE
E ISTITUZIONALI

Antonio Deruda
Consulente e docente
di comunicazione internazionale

Andrea Polo
FACILE.IT -
GRUPPO IMMOBILIARE.IT

Giampaolo Colletti
SANOFI

Giampietro Vecchiato
P.R. CONSULTING

Luca Ricci Maccarini
LIFONTI & COMPANY

Giovanni Landolfi
STAMPAFINANZIARIA-
STUDIO GIORNALISTI ASSOCIATI

Valerio Di Bussolo
IKEA

Salvatore Castiglione
DANONE

Fabio Caporizzi
BURSON-MARSTELLER

①. L'Ufficio Stampa tra old, new e social media

Valutare rischi e opportunità della comunicazione globale

Milano, martedì 27 gennaio 2015

Coordina i lavori:

Marisandra Lizzi, *Founder* **iPRESS – NEWS SOCIAL PLATFORM**

9.00 *Registrazione dei partecipanti*

9.20 *Apertura dei lavori*

9.30 **LO SCENARIO DEI NUOVI MEDIA: UNA RIVOLUZIONE CONTINUA**

- La crisi della carta stampata e l'avvento dei nuovi media
- L'impatto sull'ufficio stampa della comunicazione globalizzata e in tempo reale
- Le nuove modalità di approccio e gli skills da sviluppare
- Come orientarsi nella scelta degli interlocutori: chi legge cosa, dove e da quale device

Lorenza Bassetti, *Amministratore Delegato*
AD MIRABILIA

10.00 **LA FRUIZIONE DEI DIVERSI CANALI DI COMUNICAZIONE DA PARTE DEL PUBBLICO: FATTI E CIFRE**

- La penetrazione della comunicazione in Italia sui diversi canali
- Le differenze di fruizione di mezzi e canali in base a età, genere e profilo socio-economico
- L'informazione prodotta della Rete, in modo attivo e passivo
- Testate tradizionali e online, blog e social: le nuove modalità di consumo dell'informazione
- Presentazione di una case history

Giacomo Fusina, *Amministratore Delegato*
HUMAN HIGHWAY

10.30 **I NUOVI STRUMENTI E LE TECNOLOGIE PER L'UFFICIO STAMPA**

- Il supporto delle tecnologie per sfruttare tutte le opportunità della rete
- L'individuazione dei nodi di influenza per ogni settore di riferimento
- I social e il web come piazza per ascoltare non solo per comunicare
- Il social reading come nuova modalità di engagement
- Event management e organizzazione di conferenze stampa in streaming
- Il digitale come cabina di pilotaggio della comunicazione offline, non solo online

Marisandra Lizzi, *Founder di*
iPRESS – NEWS SOCIAL PLATFORM

11.00 *Coffee break*

11.15 **LA COMUNICAZIONE INTEGRATA TRA MEZZI TRADIZIONALI E NEW MEDIA**

- Come costruire la notizia e bilanciare il mix dei canali di comunicazione

- Come informare e coinvolgere i diversi pubblici di riferimento
- Come definire tempi e modi di comunicazione delle diverse piattaforme per ottimizzare le occasioni di visibilità
- Il fine tuning del messaggio: codici e linguaggi
- Come sfruttare i nuovi media per una comunicazione globale

Daniele Pinosa, *Account Director*

SEC RELAZIONI PUBBLICHE E ISTITUZIONALI

11.45 **I LINGUAGGI E LE FORME DELLA COMUNICAZIONE INTERNAZIONALE**

- La nuova comunicazione globale dei governi. Tre lezioni che la diplomazia digitale può insegnare alle aziende
 - Dai "no comment" alle webchat. Come rivoluzionare il proprio approccio comunicativo
 - Perdere (intenzionalmente) il controllo del messaggio. Il caso del governo svedese
 - Come rendere "social" un manager. L'esempio dei capi di governo più interattivi su Twitter

Antonio Deruda, *Consulente e Docente di comunicazione internazionale*

12.15 **LA GESTIONE DELLA COMUNICAZIONE AZIENDALE NELLO SCENARIO GLOBALE**

- Come ottenere l'attenzione dei pubblici di riferimento in uno scenario ad alta densità di informazioni
- Come impostare la relazione in base agli interlocutori di riferimento
- Come creare un circolo virtuoso tra marketing e comunicazione

Andrea Polo, *Direttore Comunicazione*
FACILE.IT – GRUPPO IMMOBILIARE.IT

12.45 **SOCIAL WEB TV E IL NUOVO VIDEOSTORYTELLING IN AZIENDA**

- Social web tv: come cambiano le interazioni tra mobile e social media
 - Il video storytelling per la comunicazione d'impresa
 - Intercettare community per uno storytelling condiviso
 - Ripensare un piano editoriale digitale integrato
- Giampaolo Colletti,
Giornalista e Storyteller, Digital Communication Manager SANOFI,
Autore "SOCIAL TV" – Gruppo24Ore

13.15 *Sintesi e chiusura dei lavori*

②. Comunicare in caso di Crisi ed Emergenza

Definire strategie e interventi per tutelare la reputazione aziendale

Milano, giovedì 12 febbraio 2015

Coordina i lavori:

Giampietro Vecchiato, *Direttore Clienti P.R. CONSULTING* - Coautore del libro **Crisis Management**

9.00 *Registrazione dei partecipanti*

9.20 *Apertura dei lavori*

9.30 **CRISI AZIENDALE: COME RICONOSCERLA E AFFRONTARLA**

- Quando si parla di crisi aziendale
- Le diverse tipologie di crisi: finanziarie, istituzionali, del prodotto, di screditamento dei vertici aziendali
- Il fattore sorpresa: attacchi imprevedibili, gravi problemi o imprevisti

Intervento a cura del Coordinatore

9.45 **L'IMPATTO DELLA CRISI SULLA REPUTAZIONE AZIENDALE**

- La valutazione delle conseguenze della crisi in atto sulla reputazione aziendale
- La misurazione del danno economico emergente
- L'individuazione immediata del target primario di riferimento (istituzioni, mercato, partner etc.) a cui rivolgersi in caso di crisi
- La scelta dei canali di comunicazione da attivare
- La propagazione della notizia su web e social media e le ripercussioni sulla reputazione

**Luca Ricci Maccarini, Vicepresidente
LIFONTI & COMPANY**

10.15 **UNA CRISI ANOMALA: L'INCHIESTA GIUDIZIARIA E LE LITIGATION PR**

- Le differenze tra litigation e crisi tradizionali
- I rischi per la leadership aziendale
- L'equilibrio tra difesa legale e difesa reputazionale
- Iter giudiziario vs iter mediatico
- La propagazione della notizia su web e social media e le ripercussioni sulla reputazione

**Giovanni Landolfi, Partner
STAMPAFINANZIARIA -
STUDIO GIORNALISTI ASSOCIATI**

10.45 **IL COINVOLGIMENTO DELL'AZIENDA NELLA GESTIONE DELL'EMERGENZA: IL RUOLO CHIAVE DELL'UFFICIO COMUNICAZIONE**

- Pianificare l'organizzazione della comunicazione all'esterno e all'interno dell'azienda
- Scegliere gli argomenti chiave nella comunicazione della crisi
- Attivare un piano di comunicazione d'emergenza: modalità e fasi
- Individuare le figure aziendali di riferimento per consolidare la fiducia e promuovere il ruolo attivo dei dipendenti

**Valerio Di Bussolo,
Responsabile Comunicazione esterna IKEA**

11.15 *Coffee break*

11.30 **TEMPI E MODALITÀ DI GESTIONE DELLA CRISI**

- Tempestività, competenza e autorevolezza per rispondere agli attacchi dei media
- La costituzione di un'unità di crisi per gestire tutte le fasi del processo
- La figura del crisis manager in azienda
- Gli errori da evitare

**Salvatore Castiglione,
Quality and Food Safety Director and Crisis Manager
DANONE**

12.00 **IL COMPORTAMENTO AZIENDALE DOPO IL SUPERAMENTO DELLA CRISI: NUOVE OPPORTUNITÀ REPUTAZIONALI**

- Come definire le strategie di ricostruzione dell'immagine aziendale post-crisi
- Come trarre vantaggio da una crisi gestita con successo
- Come ristabilire la corrispondenza tra la nuova immagine aziendale e l'esterno

**Fabio Caporizzi, Amministratore Delegato
BURSON-MARSTELLER**

12.30 *Dibattito conclusivo*

12.45 *Sintesi e chiusura dei lavori*

Le RELAZIONI con i MEDIA in AZIENDA

Modalità d'iscrizione e condizioni di pagamento

DOVE E QUANDO

Milano, Hotel Scala – Via dell'Orso, 7 – 20121 MILANO

Convegno ①. L'Ufficio Stampa tra old, new e social media
Martedì 27 gennaio 2015 Cod. CDV/1_2015

Convegno ②. Comunicare in caso di Crisi ed Emergenza
Giovedì 12 febbraio 2015 Cod. CDV/2_2015

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

1 convegno € 200,00 + Iva 22%

2 convegni € 360,00 + Iva 22%

SCHEDA DI REGISTRAZIONE ONLINE

Convegno ①. – Per iscriversi cliccare qui:
<http://www.cdvconference.it/iscrizioni/ufficio-stampa-2015/>

Convegno ②. – Per iscriversi cliccare qui:
<http://www.cdvconference.it/iscrizioni/comunicare-crisi>

Convegno ①. + Convegno ②. – Per iscriversi cliccare qui:
<http://www.cdvconference.it/iscrizioni/ufficio-stampa-comunicare-crisi>

Per motivi organizzativi la scheda di registrazione va compilata entro le ore 13.00 del giorno antecedente il primo convegno prescelto. La quota di partecipazione comprende l'ingresso al/i convegno/i, il coffee break e gli atti che, costituiti dalle relazioni fornite dai relatori entro i tempi tecnici previsti, verranno inviati in formato digitale entro la settimana successiva allo svolgimento del convegno.

MODALITÀ D'ISCRIZIONE

- 1) Compilare in ogni sua parte la scheda di registrazione online
- 2) Disporre il bonifico bancario all'IBAN IT96G0558401627000000024137, intestato a CDV CONFERENCE MANAGEMENT snc Banca Popolare di Milano, Ag. 27 Milano, indicando chiaramente nella causale:
 - nome e cognome del Partecipante
 - codice del/i convegno/i prescelto/i
- 3) Inviare via mail la copia contabile del bonifico bancario a: iscrizioni@cdvconference.it

PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI D. LGS. 196/2003 - INFORMATIVA

I dati personali raccolti saranno trattati anche con modalità automatizzate da CDV CONFERENCE MANAGEMENT, nel rispetto della vigente normativa a e degli obblighi di riservatezza, nell'ambito delle proprie attività istituzionali, per finalità:

- 1) strettamente connesse e strumentali alla gestione del rapporto con l'interessato.
- 2) statistiche, di comunicazione commerciale, di promozione e vendita di prodotti e servizi
- 3) adempimento di obblighi previsti da leggi, regolamenti e normative comunitarie.

Il trattamento potrà essere effettuato per conto di CDV CONFERENCE MANAGEMENT anche da terzi che forniscono specifici servizi elaborativi o strumentali necessari per il raggiungimento di dette finalità. Il conferimento dei dati è facoltativo ma necessario per la gestione del rapporto di cui sopra. L'interessato potrà esercitare, in qualsiasi momento e gratuitamente, i diritti di cui all'art. 7 e seguenti del d. lgs. 196/2003 (cancellazione, blocco, aggiornamento, rettifica e opposizione, in tutto o in parte, al trattamento) rivolgendosi al Responsabile dei dati di CDV CONFERENCE MANAGEMENT P.zza Emilia, 9 - 20129 Milano, presso la quale è disponibile l'elenco dei nominativi dei Responsabili del trattamento.



CDV Conference Management snc
Piazza Emilia 9 - 20129 Milano
Tel. 02 83 78 399
Partita IVA 07315390968

MODALITÀ DI PAGAMENTO

La quota di partecipazione deve essere versata all'atto dell'iscrizione, effettuando il versamento secondo le modalità indicate. Conferma di accredito al convegno verrà trasmessa via mail dopo la compilazione della scheda di iscrizione online e l'invio della copia contabile attestante il bonifico bancario. N.B. Non verranno accettate iscrizioni senza la copia del pagamento effettuato.

Eventuali modalità di pagamento diverse da quelle indicate dovranno essere preventivamente concordate con CDV CONFERENCE MANAGEMENT per iscritto.

Per informazioni: Segreteria Organizzativa - tel. 02 83 78 399

MODALITÀ DI DISDETTA

Le disdette pervenute via e-mail alla Segreteria Organizzativa (iscrizioni@cdvconference.it) entro il settimo giorno antecedente la data del convegno prescelto daranno diritto al rimborso integrale della quota. Trascorsa tale data dalla quota sarà detratto il 20% a titolo di rimborso delle spese amministrative.

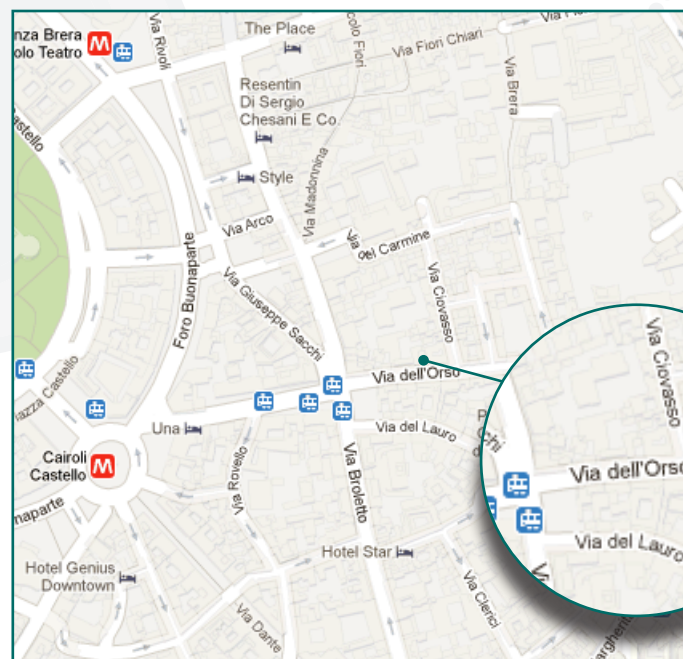
È sempre ammessa la sostituzione del Partecipante.

N.B. Nessun rimborso è previsto per le disdette pervenute oltre le ore 13.00 del giorno antecedente il convegno prescelto.

RINVIO E CANCELLAZIONE

CDV CONFERENCE MANAGEMENT si riserva la facoltà di comunicare il rinvio o la cancellazione della Conferenza dandone comunicazione via e-mail ai partecipanti entro 3 giorni dalla data del convegno. In tal caso CDV CONFERENCE MANAGEMENT provvederà a rimborsare l'importo ricevuto senza ulteriori oneri a suo carico.

COME RAGGIUNGERE L'HOTEL SCALA



MM1 – fermata Cairoli
MM2 – fermata Lanza

MM3 – fermata Montena
Tram 2-12-14 Bus 61