

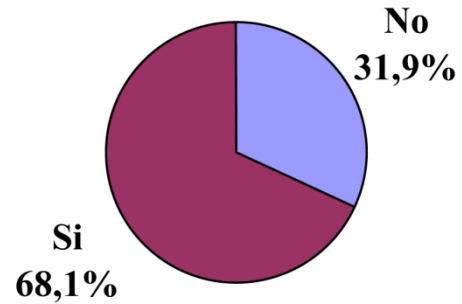
STATO E TENDENZE DELLA COMUNICAZIONE INTERNA IN ITALIA

REPORT ASCAI 2010
EXECUTIVE SUMMARY

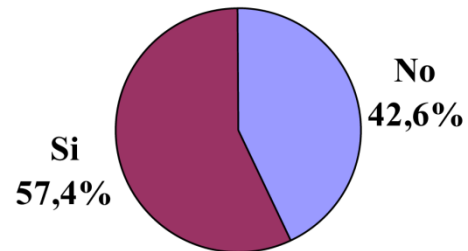
I caratteri delle aziende rispondenti

	N.	%
Settore di appartenenza dell'azienda		
Altre attività di servizi	19	27,9%
Industria manifatturiera	14	20,6%
Intermediazione finanziaria e assicurativa	9	13,2%
Informatica e telecomunicazioni	9	13,2%
Altre attività industriali	8	11,8%
Commercio	5	7,4%
Amministrazione pubblica	3	4,4%
Industria chimica e farmaceutica	1	1,5%
Totale	68	100,0%
Numero di dipendenti dell'azienda		
Fino a 249	11	15,9%
250-499	7	10,1%
500-999	4	5,8%
1.000-4.999	22	31,9%
5.000-10.000	10	14,5%
>10.000	15	21,7%
Totale	69	100,0%
Area geografica della sede principale dell'azienda		
Nord	44	64,7%
Centro	21	30,9%
Sud e isole	3	4,4%
Totale	68	100,0%

L'esistenza nell'azienda di una Funzione espressamente dedicata alla comunicazione interna



L'esistenza di uno specifico Piano di comunicazione interna



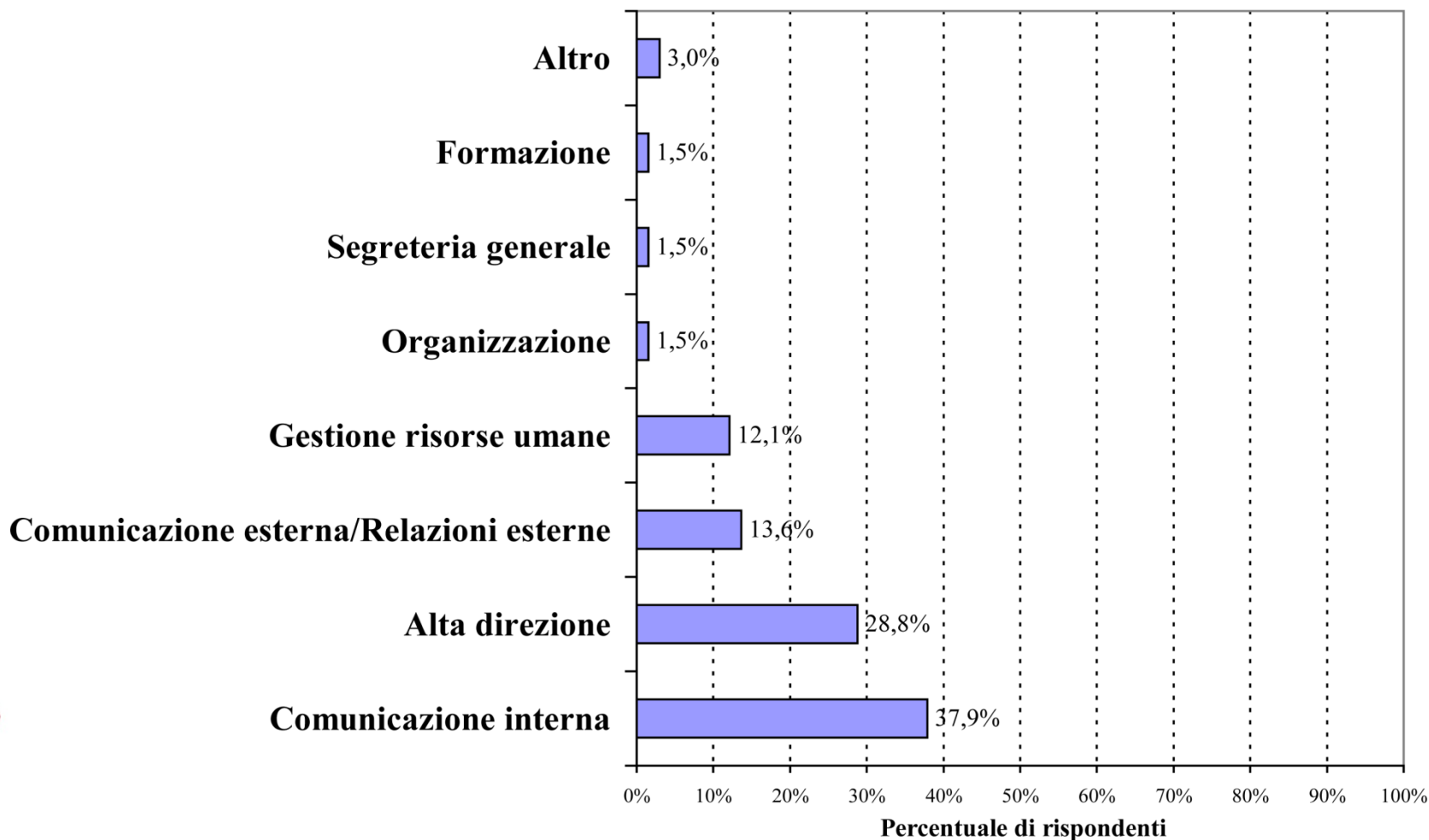
**L'esistenza di una Funzione dedicata alla comunicazione interna
 a seconda del numero di dipendenti dell'azienda**

Numero di dipendenti	Esistenza della Funzione		Totale	Esistenza della Funzione		Totale
	No	Si		No	Si	
Fino a 1.000	15	7	22	68,2%	14,9%	31,9%
1.000 - 4.999	5	17	22	22,7%	36,2%	31,9%
5.000 o più	2	23	25	9,1%	48,9%	36,2%
<i>Totale</i>	<i>22</i>	<i>47</i>	<i>69</i>	<i>100,0%</i>	<i>100,0%</i>	<i>100,0%</i>

**L'esistenza di uno specifico Piano di comunicazione interna
 a seconda del numero di dipendenti dell'azienda**

Numero di dipendenti	Esistenza del Piano		Totale	Esistenza del Piano		Totale
	No	Si		No	Si	
Fino a 1.000	15	7	22	51,7%	17,9%	32,4%
1.000 - 4.999	8	14	22	27,6%	35,9%	32,4%
5.000 o più	6	18	24	20,7%	46,2%	35,3%
<i>Totale</i>	<i>29</i>	<i>39</i>	<i>68</i>	<i>100,0%</i>	<i>100,0%</i>	<i>100,0%</i>

La funzione preposta alla definizione degli obiettivi e delle strategie di comunicazione interna



**L'esistenza di uno specifico Piano di comunicazione interna
 a seconda della funzione che definisce gli obiettivi e le strategie di comunicazione interna**

Funzione	Esistenza del Piano		Totale	Esistenza del Piano		Totale
	No	Si		No	Si	
Comunicazione interna	5	20	25	21,7%	52,6%	41,0%
Alta Direzione	8	11	19	34,8%	28,9%	31,1%
Comunicazione esterna	3	6	9	13,0%	15,8%	14,8%
Gestione risorse umane	7	1	8	30,4%	2,6%	13,1%
<i>Totale</i>	23	38	61	100,0%	100,0%	100,0%

Gli approcci alla pianificazione della comunicazione interna

Esistenza di uno specifico Piano di comunicazione interna	Assegnazione di un Budget	
	No	Si
Si	<i>Pianificazione emergente</i>	<i>Pianificazione strategica</i>
No	<i>Pianificazione assente</i>	<i>Pianificazione tattica</i>

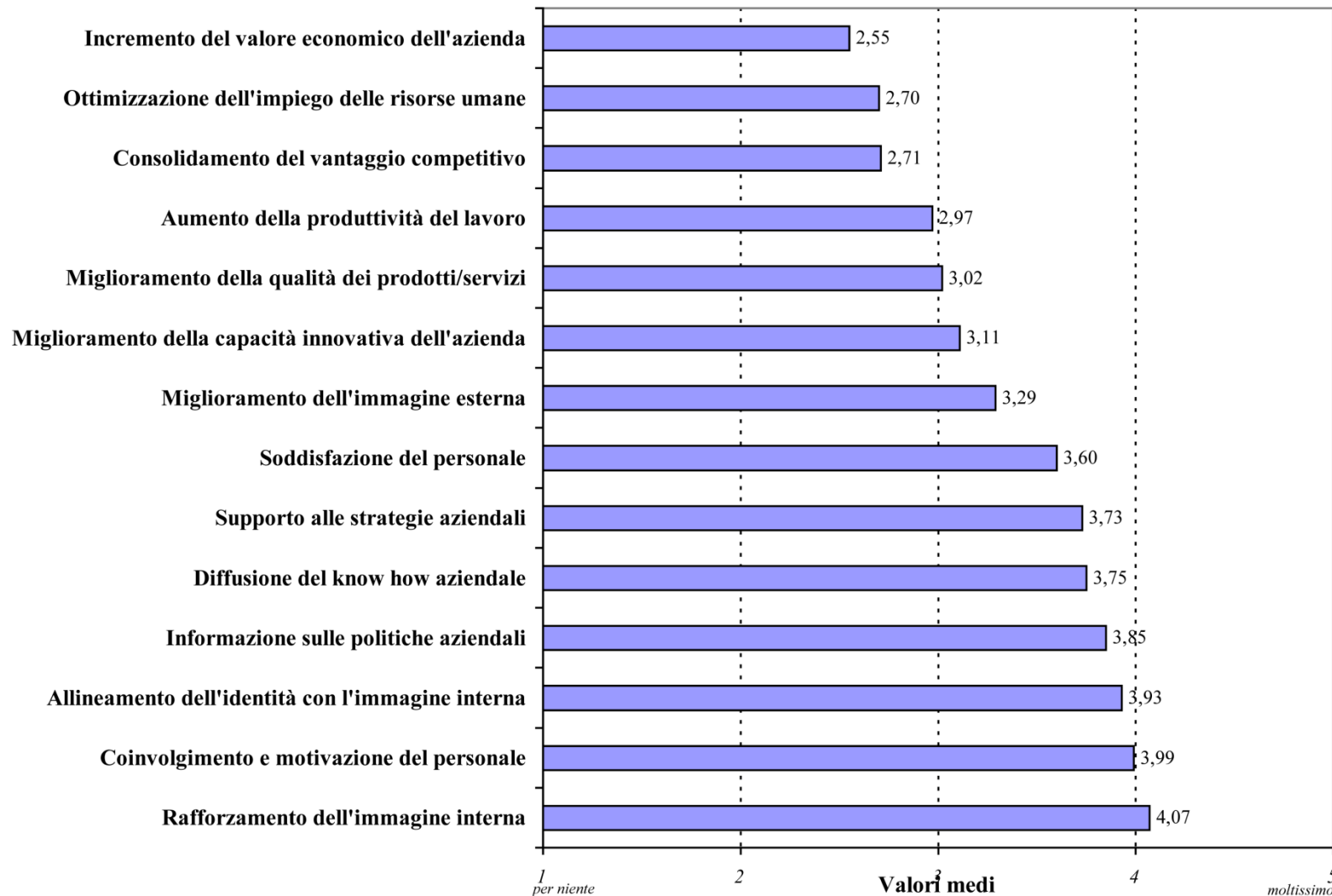
Esistenza di uno specifico Piano di comunicazione interna	Assegnazione di un Budget			Assegnazione di un Budget		
	No	Si	Totale	No	Si	Totale
Si	3	34	37	50,0%	85,0%	80,4%
No	3	6	9	50,0%	15,0%	19,6%
<i>Totale</i>	<i>6</i>	<i>40</i>	<i>46</i>	<i>100,0%</i>	<i>100,0%</i>	<i>100,0%</i>

Il ruolo della Funzione di comunicazione interna

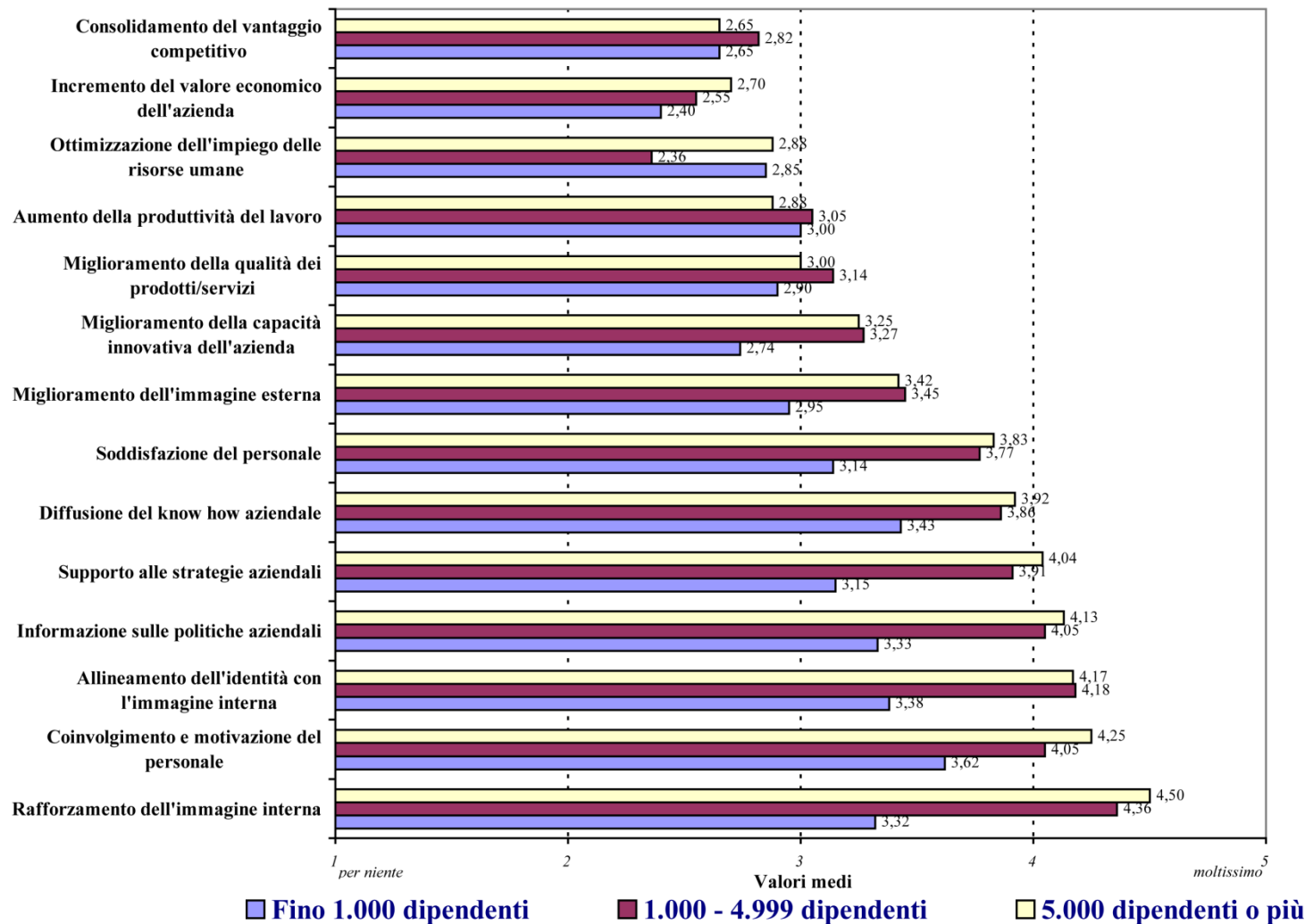
Definizione degli obiettivi	Assegnazione di un Budget	
	No	Si
Si	<i>Ruolo operativo</i>	<i>Ruolo strategico</i>
No	<i>Ruolo esecutivo</i>	<i>Ruolo di supporto</i>

Definizione degli obiettivi	Assegnazione di un Budget			Assegnazione di un Budget		
	No	Si	Totale	No	Si	Totale
Si	3	22	25	50,0%	55,0%	54,3%
No	3	18	21	50,0%	45,0%	45,7%
<i>Totale</i>	<i>6</i>	<i>40</i>	<i>46</i>	<i>100,0%</i>	<i>100,0%</i>	<i>100,0%</i>

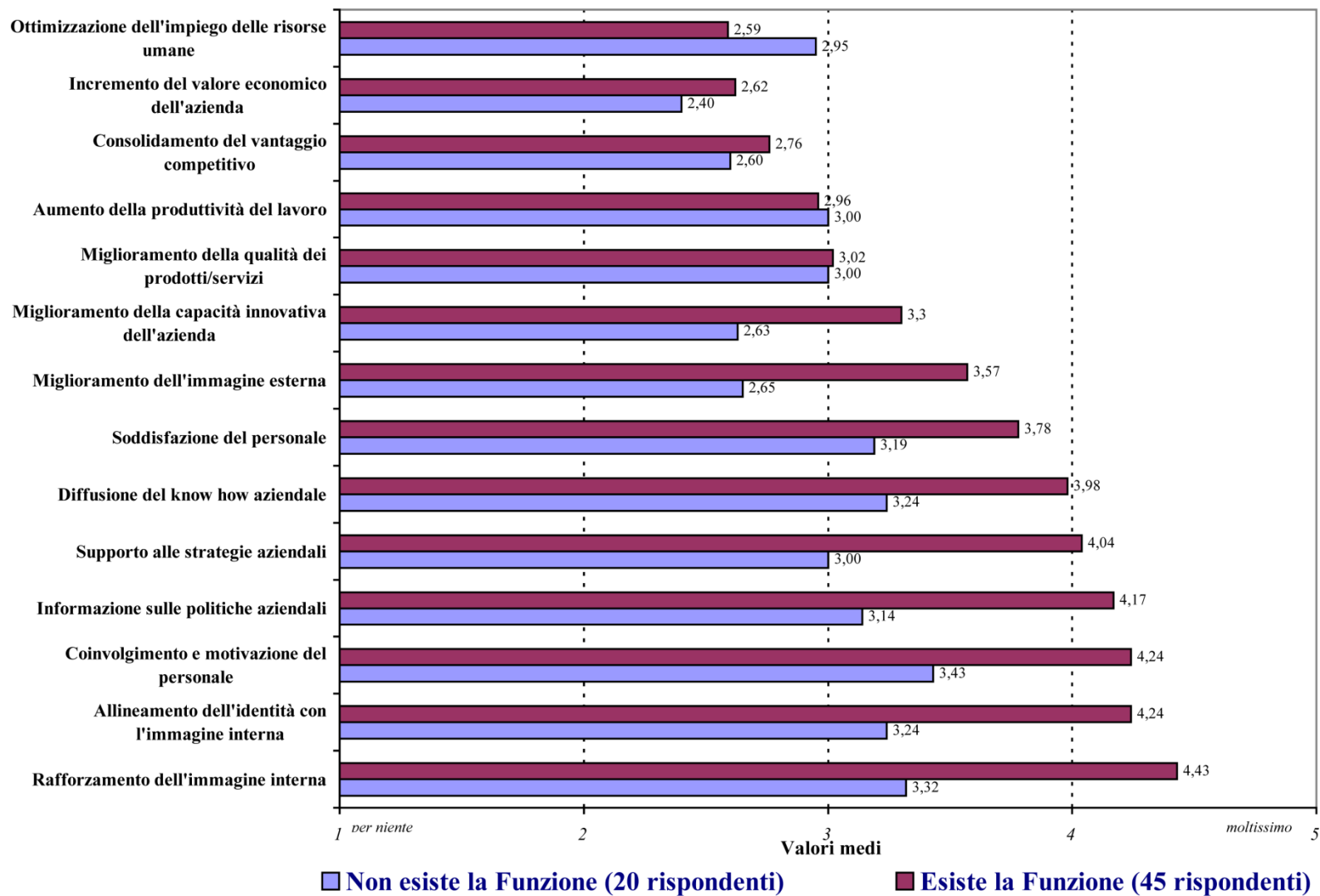
Gli obiettivi del sistema di comunicazione interna



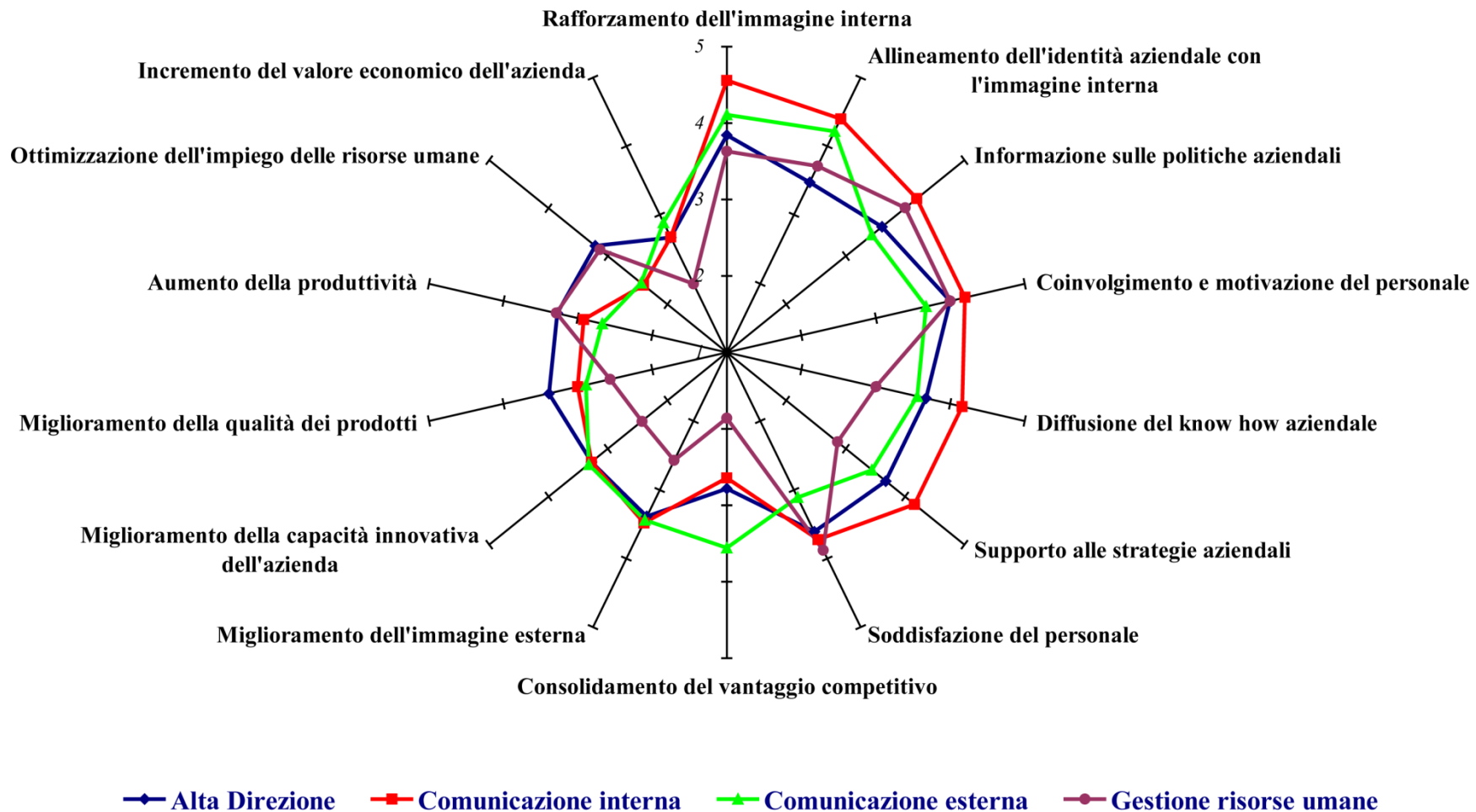
Gli obiettivi del sistema di comunicazione interna a seconda del numero di dipendenti



Gli obiettivi del sistema di comunicazione interna a seconda dell'esistenza o meno di una Funzione dedicata alla comunicazione interna



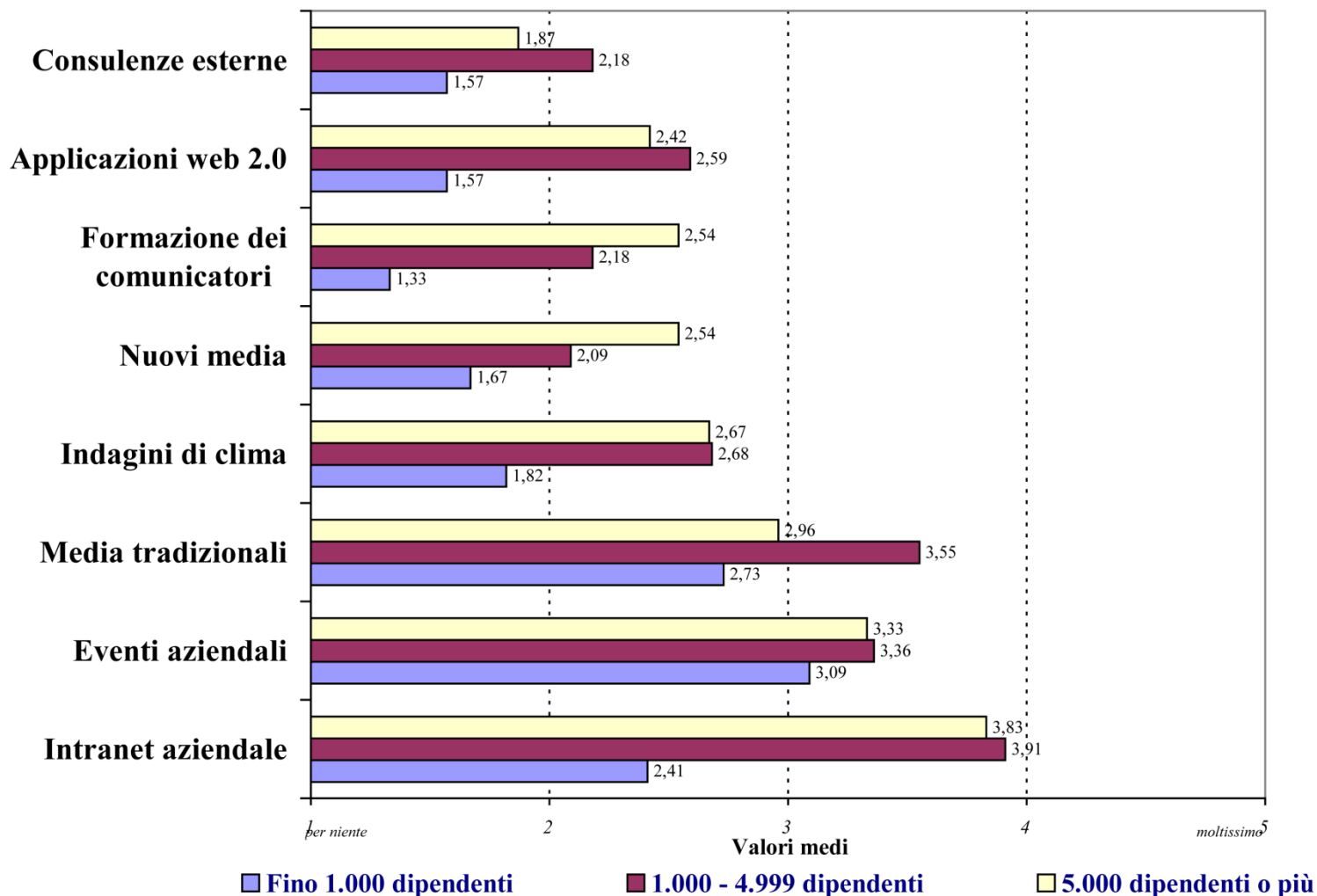
Gli obiettivi del sistema di comunicazione interna a seconda della funzione che definisce gli obiettivi e le strategie



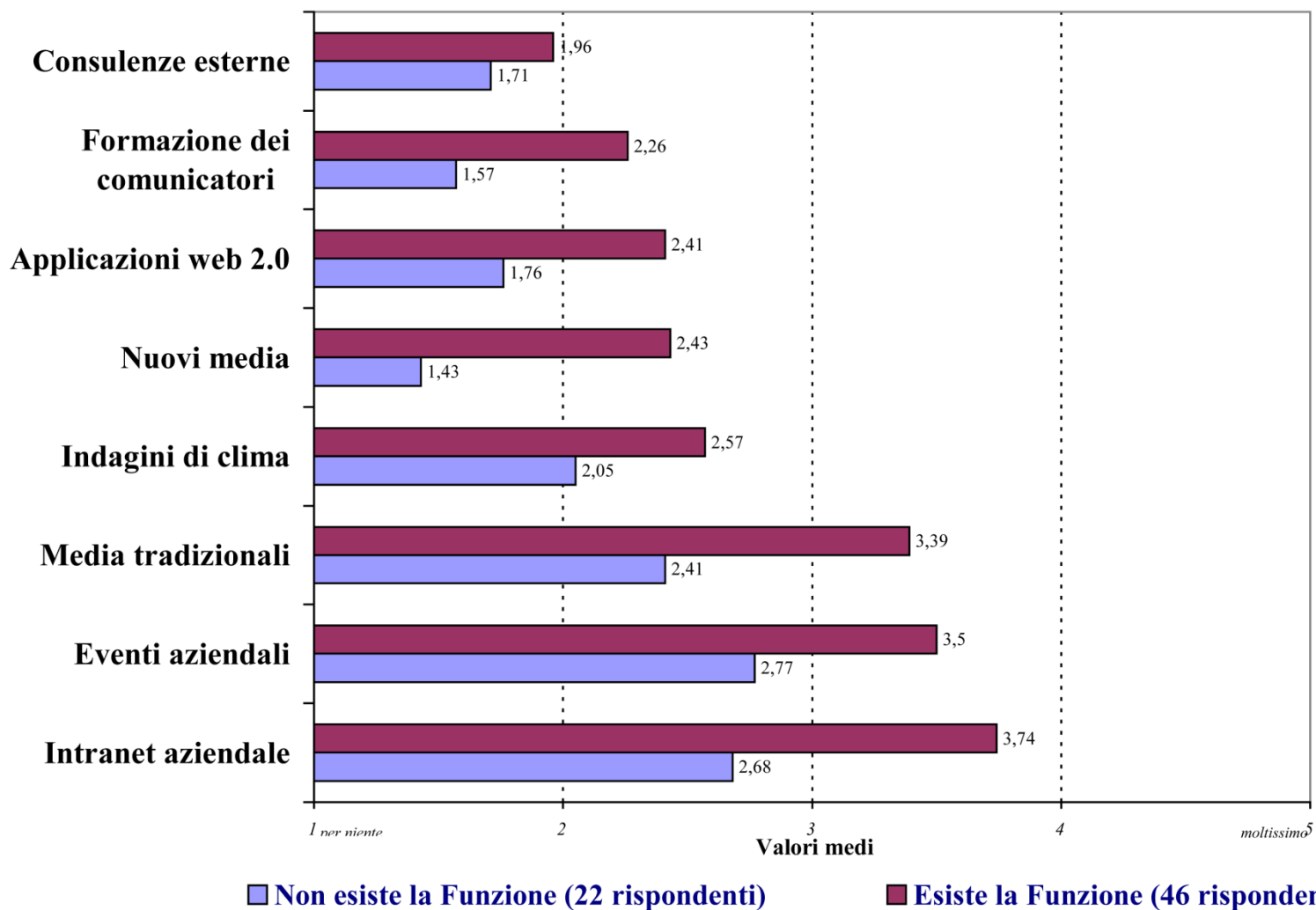
Le componenti fondamentali del sistema di comunicazione interna

Fattori e variabili	<i>Factor loading</i>	% di varianza spiegata	% di varianza cumulata
FATTORE 1 - ENGAGEMENT		35,59	35,59
Coinvolgimento e motivazione del personale	0,8395		
Informazione sulle politiche aziendali	0,7935		
Soddisfazione del personale	0,7907		
Supporto alle strategie aziendali	0,7726		
Allineamento dell'identità aziendale con l'immagine interna	0,7716		
Rafforzamento dell'immagine interna	0,7683		
Diffusione del know how aziendale	0,7162		
FATTORE 2 - EFFICIENZA ED EFFICACIA		18,23	53,82
Ottimizzazione dell'impiego delle risorse umane	0,9025		
Aumento della produttività del lavoro	0,7632		
Miglioramento della qualità dei prodotti/servizi	0,5905		
FATTORE 3 - COMPETITIVITÀ		16,50	70,32
Consolidamento del vantaggio competitivo	0,7629		
Incremento del valore economico dell'azienda	0,7160		
Miglioramento dell'immagine esterna	0,6488		

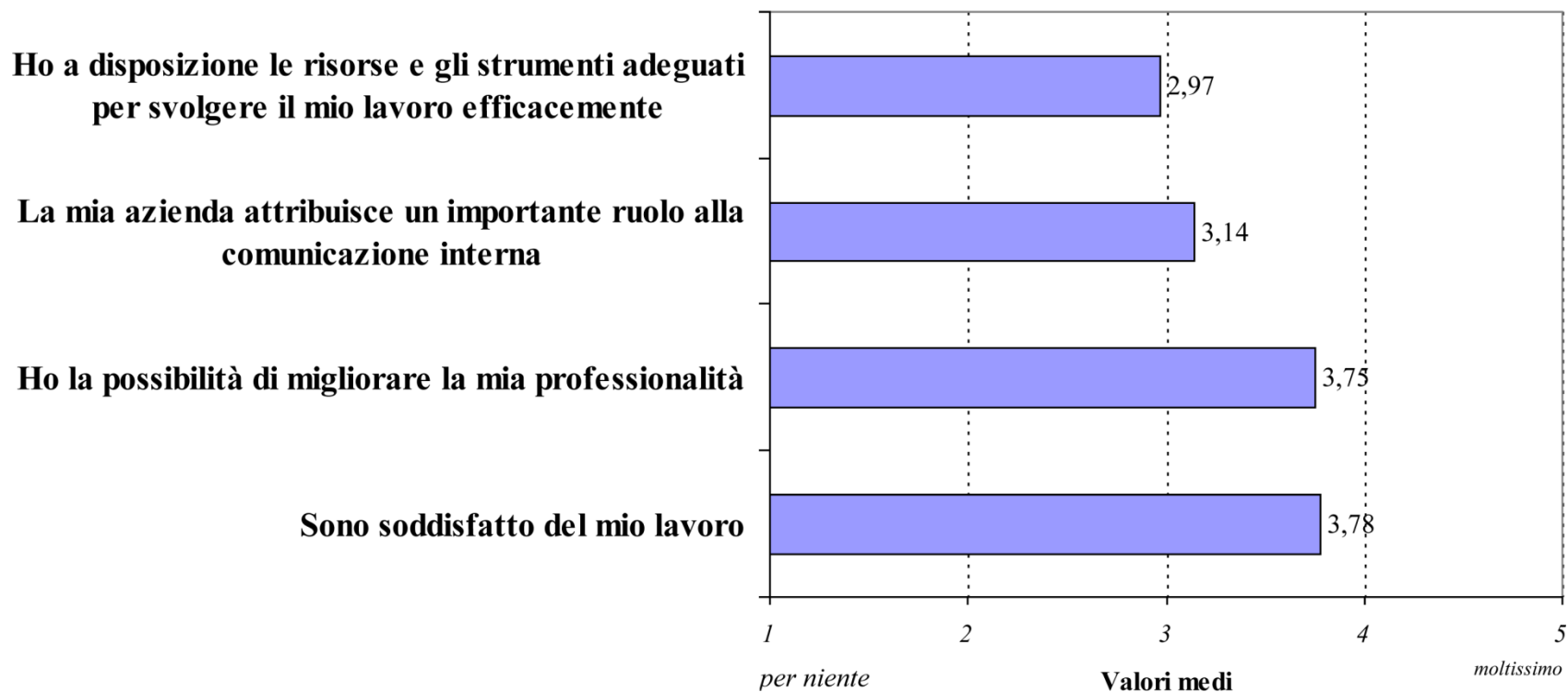
Gli strumenti ai quali sono destinati gli investimenti in comunicazione interna a seconda del numero di dipendenti dell'azienda



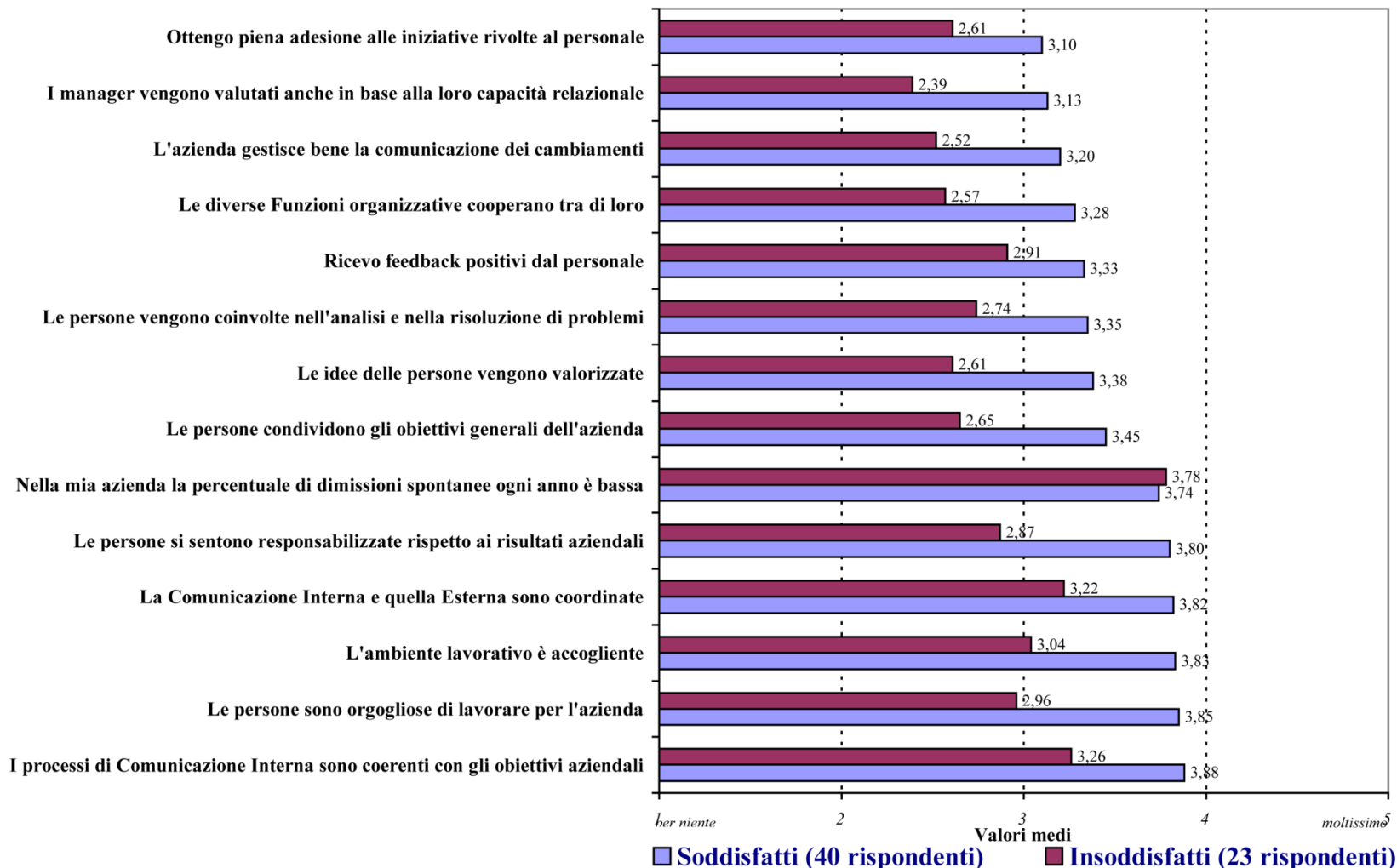
Gli strumenti ai quali sono destinati gli investimenti in comunicazione interna a seconda dell'esistenza di una Funzione dedicata



Il livello di accordo con le seguenti affermazioni riguardanti la professione di comunicatore interno

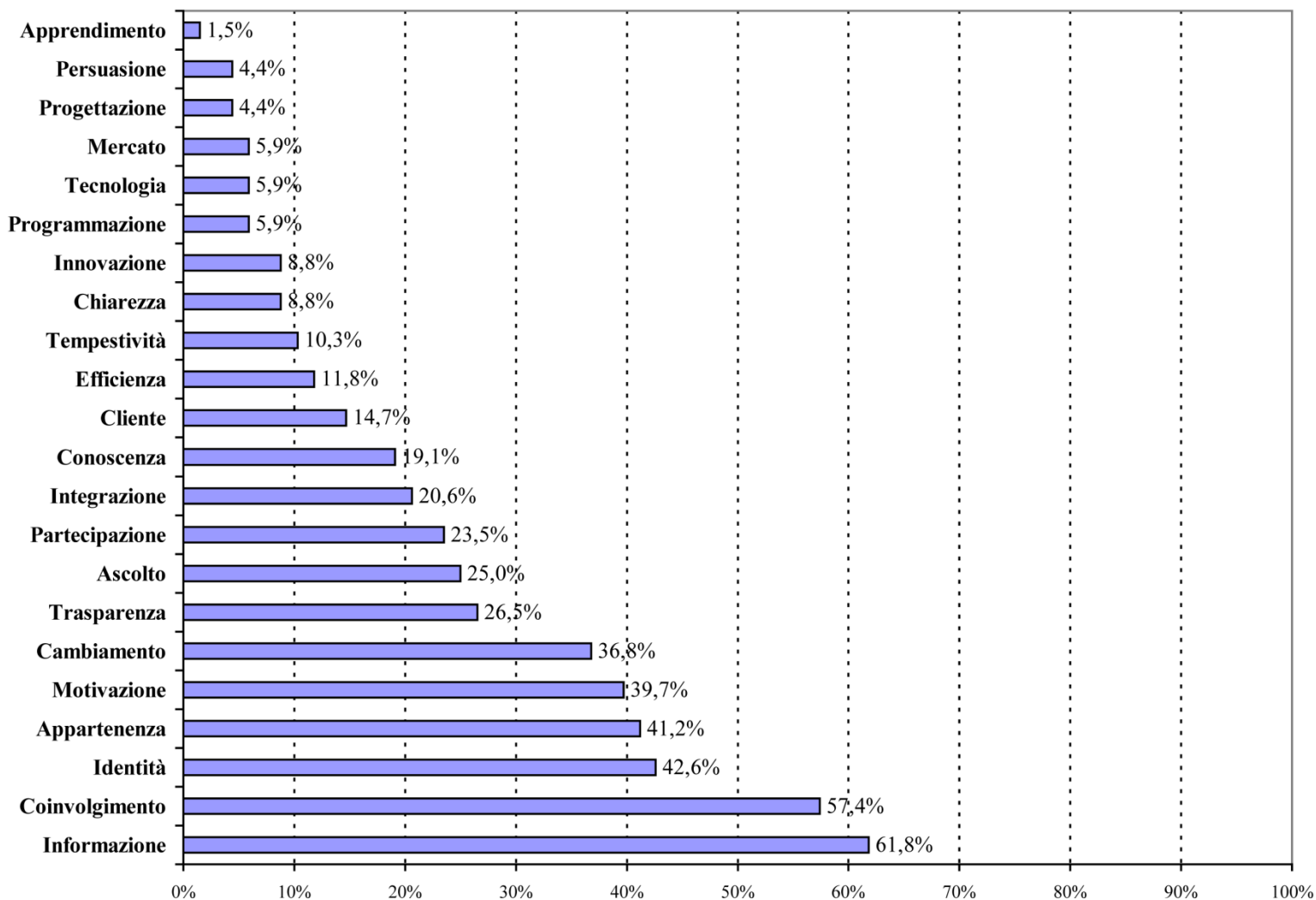


Il grado di accordo con le seguenti affermazioni riguardo all'efficacia della comunicazione interna a seconda del grado di soddisfazione per il proprio lavoro

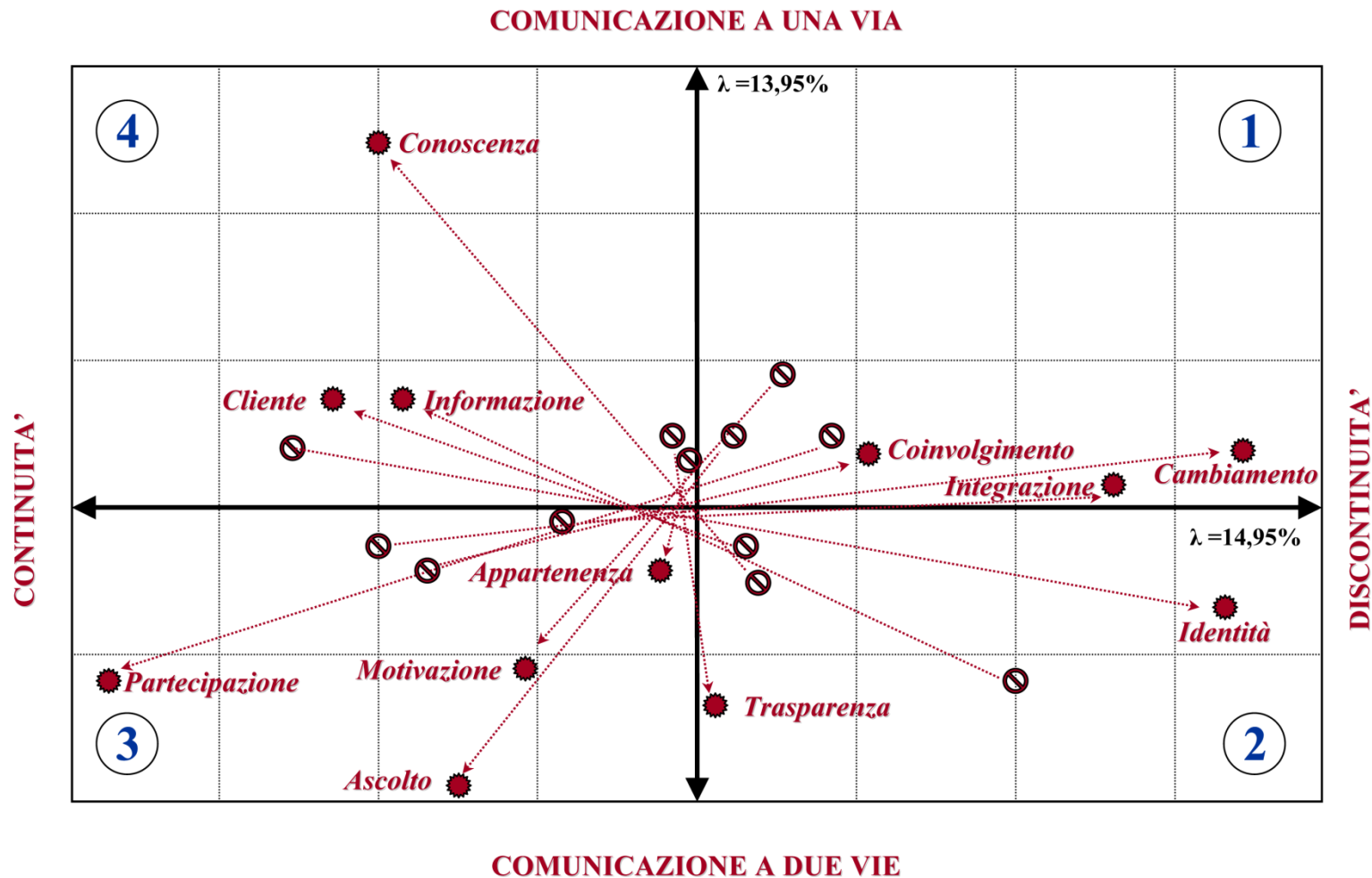


I termini che richiamano il significato e gli obiettivi delle iniziative di comunicazione interna

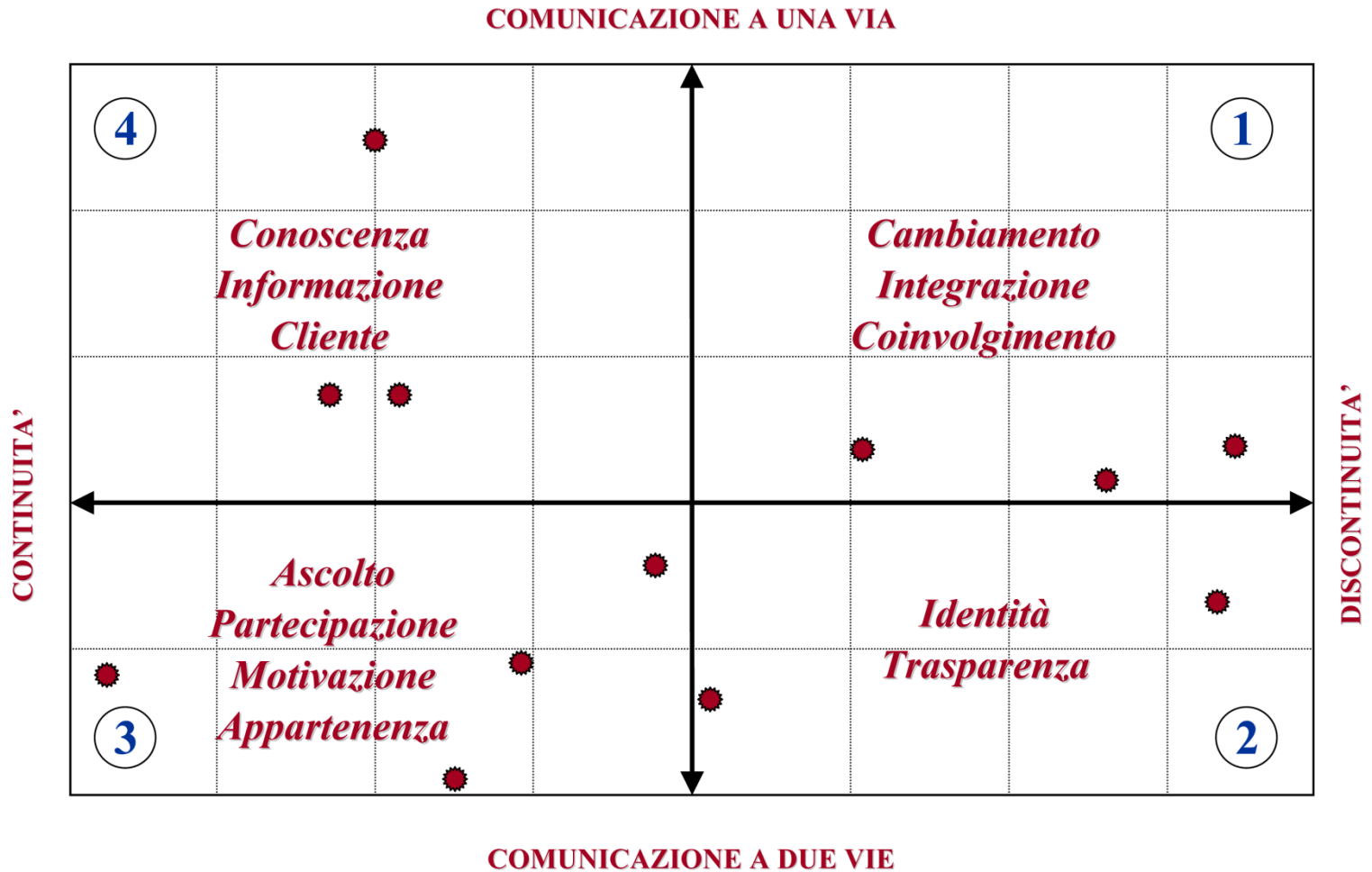
(risposte multiple su 68 rispondenti - massimo 5 risposte)



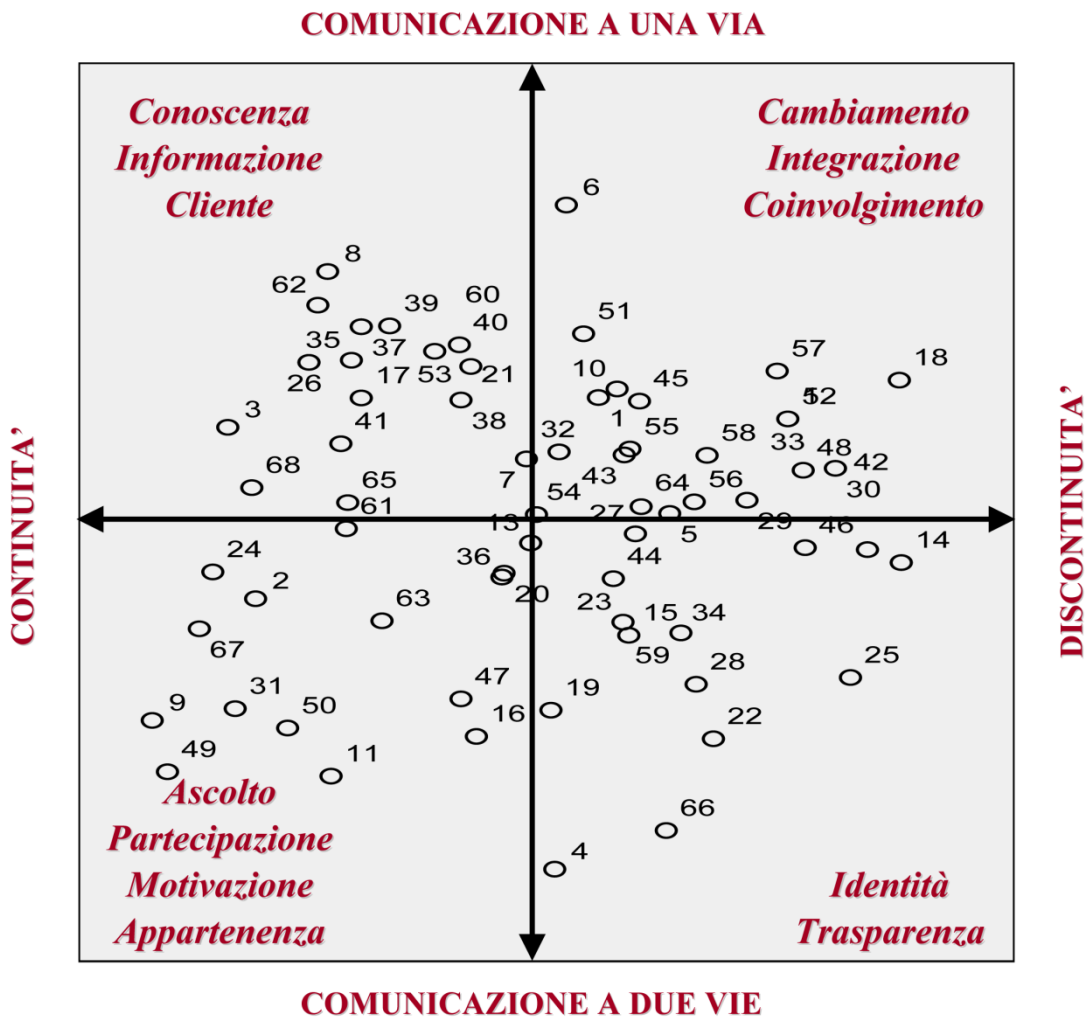
I concetti associati alla comunicazione interna



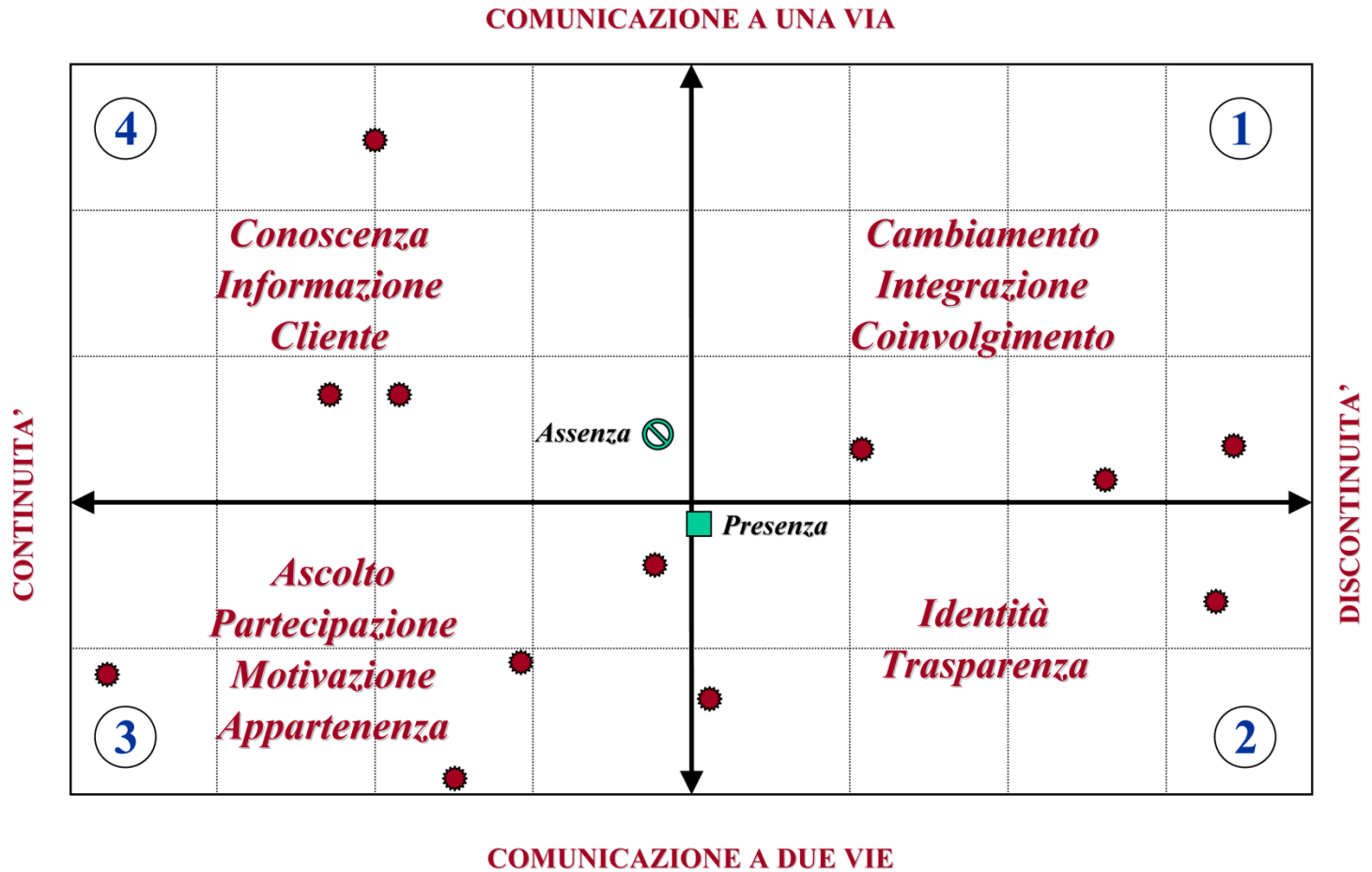
I concetti associati alla comunicazione interna



La dispersione delle aziende nei quadranti



L'esistenza della Funzione di comunicazione interna

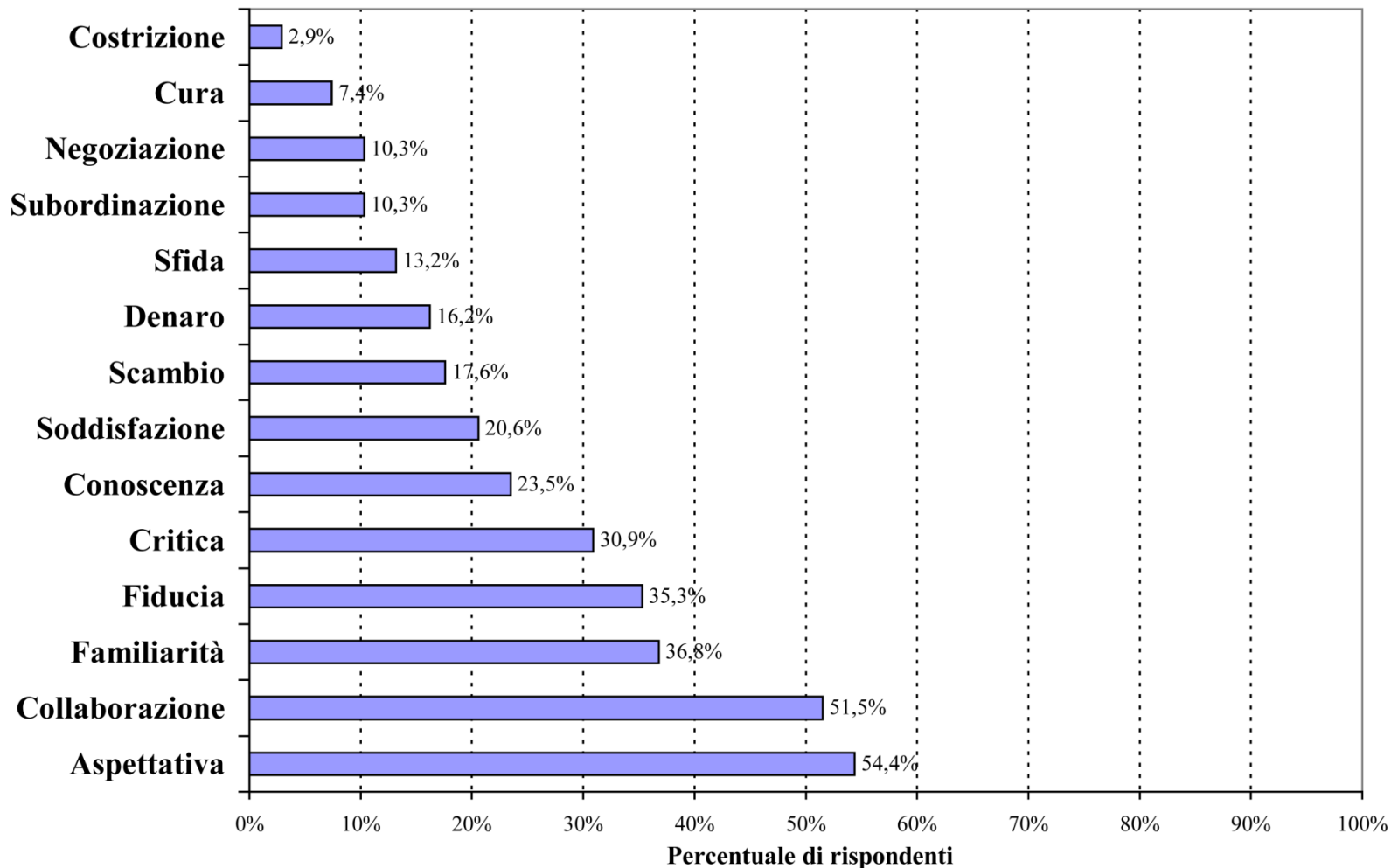


La definizione delle strategie e degli obiettivi



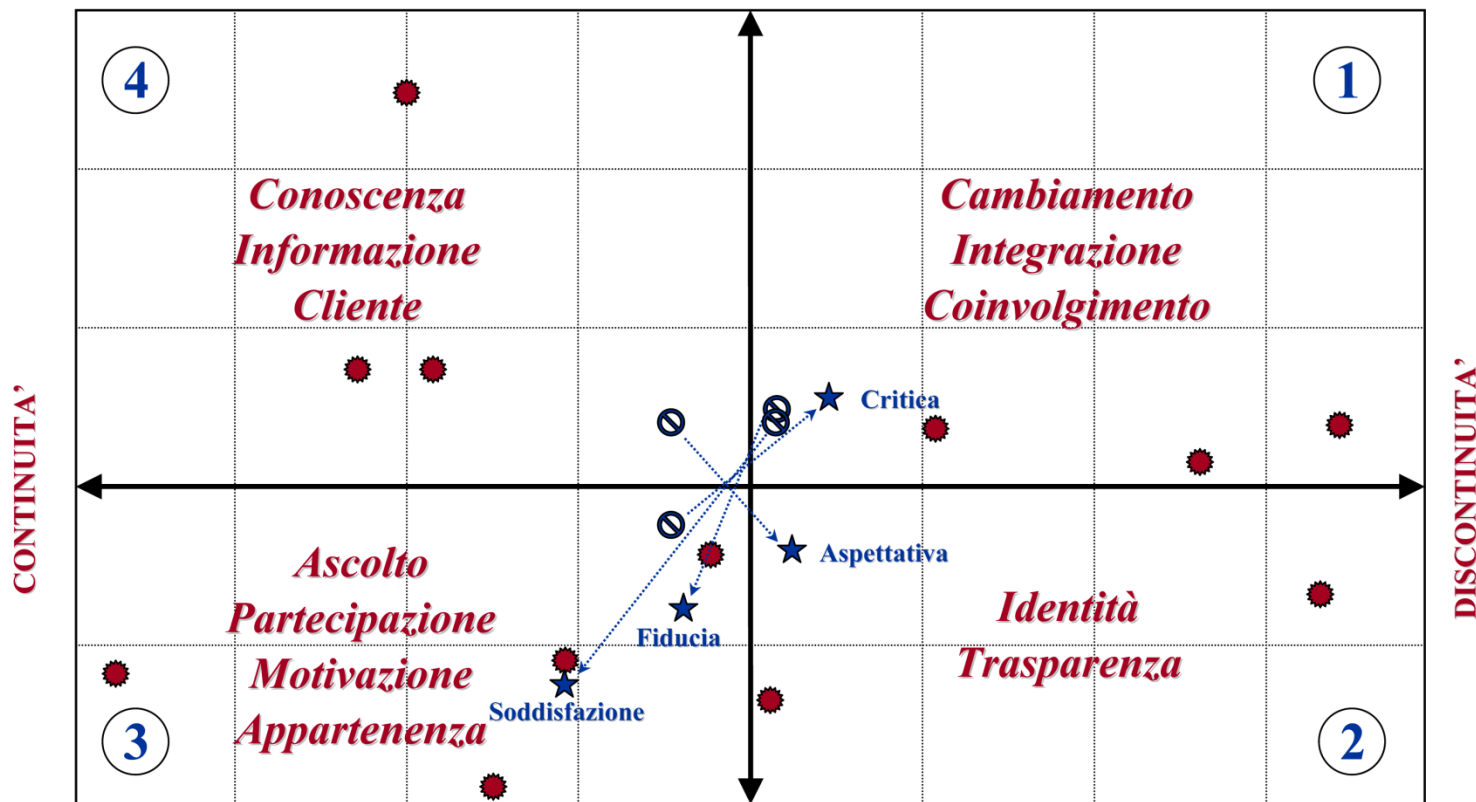
I termini che esprimono l'atteggiamento attuale del personale verso l'azienda

(risposte multiple su 68 rispondenti)



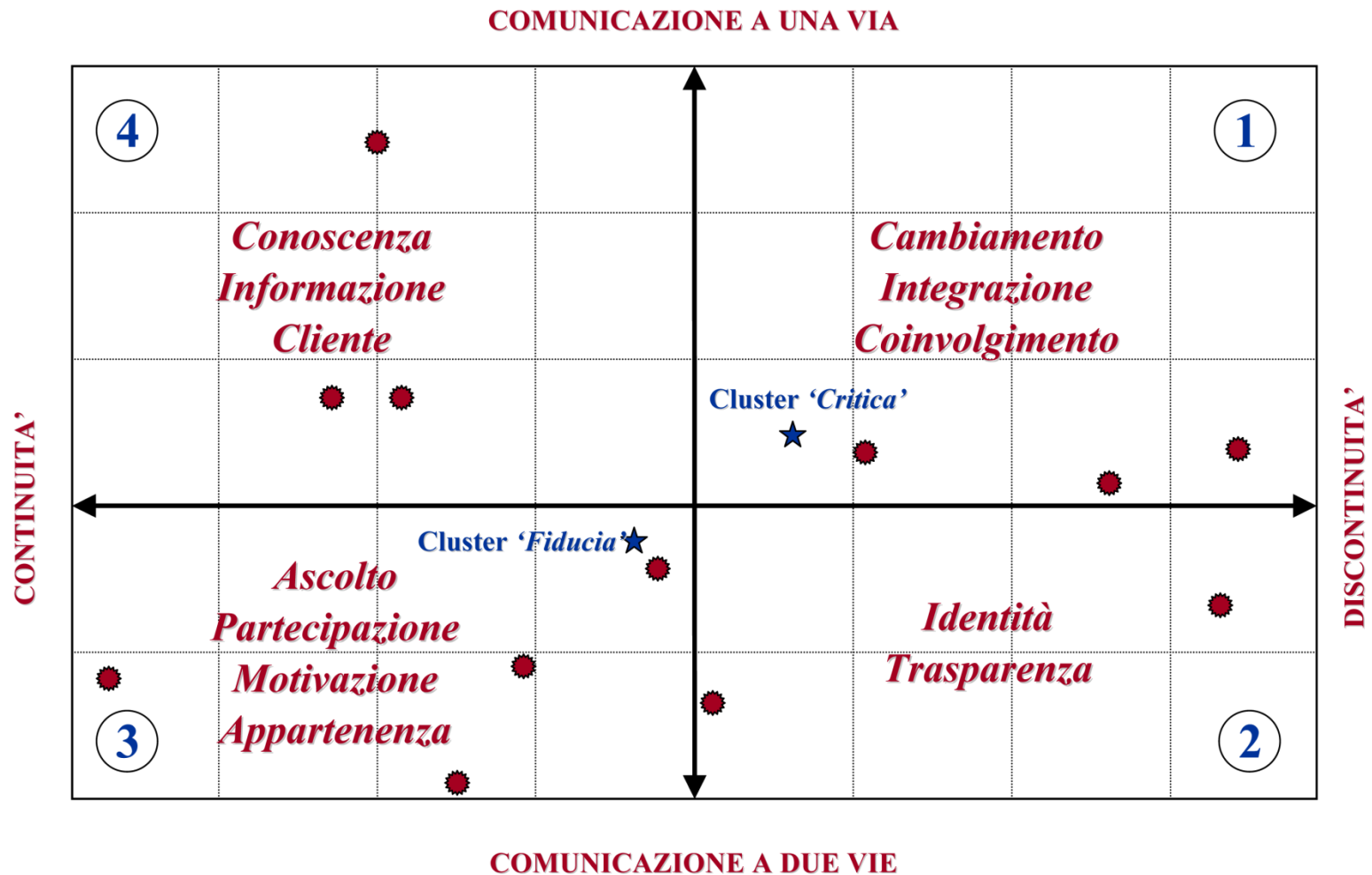
L'atteggiamento del personale verso l'azienda

COMUNICAZIONE A UNA VIA

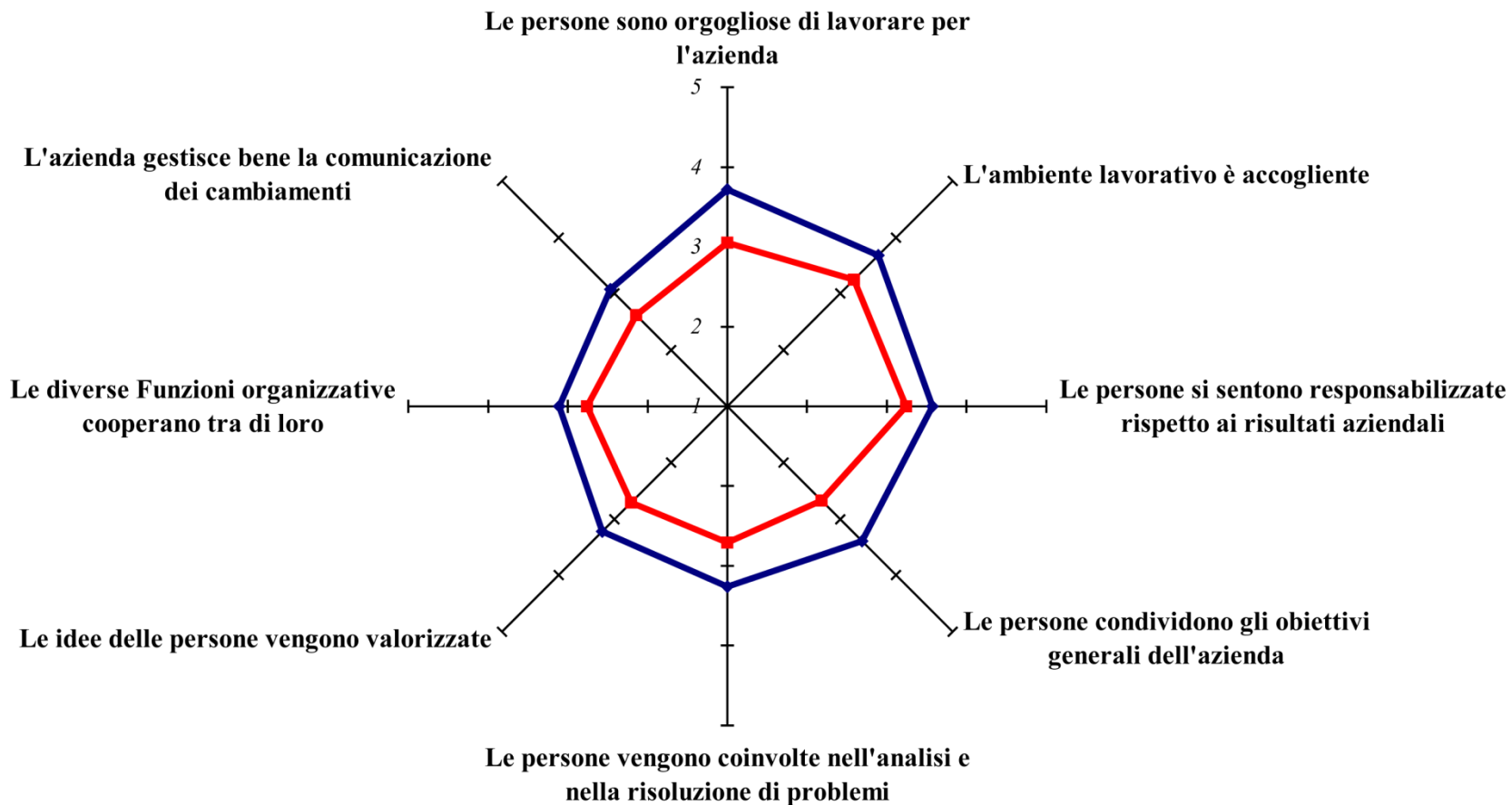


COMUNICAZIONE A DUE VIE

I cluster sull'atteggiamento del personale



Alcuni aspetti del clima comunicazionale nei due cluster (valori medi)



—●— Fiducia (48 rispondenti)

—■— Critica (21 rispondenti)