

## Eventi Assorel è al Salone del Risparmio per parlare della globalizzazione e di comunicazione finanziaria

L'associazione ha organizzato un workshop dedicato a questi argomenti, invitando diversi specialisti impegnati nel settore

Nell'ambito dell'edizione 2018 del Salone del Risparmio, in scena al MiCo dal 10 al 12 aprile, al cospetto di una platea attenta di operatori finanziari, si è svolto l'incontro "Globalizzazione e Comunicazione finanziaria", organizzato da Assorel e moderato da Filippo Buraschi, vice direttore MF, con la partecipazione di Chiara Roncolini, Investor Relator Prima Industrie, Claudio Giuliano, Managing Partner Innogest SGR, Vittorio Meloni, consulente, autore de "Il crepuscolo dei media", già Direttore Relazioni Esterne Intesa Sanpaolo, Patrizia Celia, Head of Large Caps and Market Intelligence Borsa Italiana, Carolina Mailander, Amministratore delegato Mailander.

### Trasparenza

Introducendo i lavori, Filomena Rosato, presidente Assorel, ha ribadito come la comunicazione finanziaria sia "un aspetto identificativo della comunicazione d'impresa, che richiede alto livello di professionalità, conoscenza e corretta applicazione degli obblighi legislativi e normativi sempre più stringenti a livello comunitario, a maggior ragione nell'era del data-driven e della mutazione continua delle professionalità. La parola d'ordine è oggi più che mai 'trasparenza' e accresciuta responsabilità di chiarezza e competenza in tutti gli ambiti della comunicazione, compresa quella finanziaria, verso gli stakeholder e il mercato".

### Opportunità

"La comunicazione rappresenta un'opportunità per le aziende, che attraverso di essa possono farsi conoscere e raccontarsi agli azionisti e agli investitori potenziali - ha affermato Chiara Roncolini -. Una comunicazione trasparente va a beneficio dell'impresa e porta valore, anche dal punto di vista finanziario".

### Integrazione

Patrizia Celia ha sottolineato l'importanza di non limitarsi a comunicare le informazioni



obbligatorie, mettendo in luce la necessità per le imprese di mettere a punto una strategia di comunicazione integrata attraverso cui trasmettere agli investitori tutte le informazioni utili, anche se non strettamente attinenti ai risultati finanziari.

### Specificità

Claudio Giuliano ha ribadito come la comunicazione giochi un ruolo fondamentale per evitare i misunderstanding. "Consideriamo ad esempio le dinamiche che guidano la crescita delle società - ha spiegato il manager -: esse possono essere differenti a seconda del settore di mercato a cui l'azienda appartiene, dunque è bene che la comunicazione sia il più possibile specifica in modo da non generare errori di comprensione".

### Giuste figure

Carolina Mailander ha portato la platea a riflettere sulla necessità da parte delle società, quotate e non, di utilizzare gli strumenti di comunicazione alla luce di una strategia integrata. Un approccio alla comunicazio-

ne che consenta di valorizzare le potenzialità dell'azienda agli occhi degli investitori, degli stakeholder e del mercato creando un dialogo trasparente, credibile e continuo nel tempo. "La rete può rappresentare una grande opportunità per raggiungere i mercati globali ma va gestita in maniera strategica. I social sono determinanti anche nel crisis management. Per questi motivi è bene affidarsi alle giuste figure professionali", ha dichiarato Mailander.

### Occhio al web

Anche l'informazione finanziaria oggi corre in rete, dove sarebbe necessaria una maggiore regolamentazione, come posto in evidenza da Vittorio Meloni. "Purtroppo in Italia i risparmiatori sono poco informati e l'asimmetria informativa si è accentuata negli ultimi anni - ha affermato Meloni -. Bisogna rendersi conto che dobbiamo ancora fare dei passi avanti, anche in termini di regolamentazione del web, poiché l'attenzione del legislatore è ancora rivolta quasi esclusivamente ai media tradizionali".