

## COMUNICAZIONE: LA POMILIO BLUMM A SUMMIT INTERNAZIONALE DI ROMA

28 Ottobre 2013

---



PESCARA – L'International Communication Summit 2013, a Roma lo scorso 25 ottobre, ha mantenuto le aspettative dei numerosi partecipanti.

Moderatore dell'evento, il giornalista del Tg5 Gioacchino Bonsignore. Il summit, a iscrizione gratuita a numero chiuso, ha registrato anche in questa edizione il tutto esaurito. Partner promotore dell'evento è la Pomilio Blumm, insieme agli altri partner Ics: Confindustria Assafrica & Mediterraneo, l'Università di Roma 'La Sapienza', l'Osservatorio di Pavia e l'Associazione Italiana della Comunicazione pubblica.

Un'occasione per ascoltare gli interventi di alcuni 'big' della comunicazione in una 'botta' sola: Harper Reed, l'uomo che ha gestito le attività web della campagna elettorale del presidente degli Stati Uniti Barack Obama, monsignor Paul Tighe, che si occupa delle attività sui social media del Vaticano, compreso il profilo *Twitter* di Papa Francesco, e Jung Chang, la più importante scrittrice di bestseller cinese.

Tre modi di comunicare diversi che hanno dialogato sul tema dell'evento, il 'Content Cloud'. Il futuro è nei contenuti. Cittadinanza, valori e trasparenza', come ha evidenziato a fine evento Franco Pomilio, presidente dell'International communication summit (Ics) e presidente del partner principale del summit Pomilio Blumm.

"Abbiamo fatto un giro del mondo – spiega Pomilio – forse del mondo che più conta: Vaticano, Stati Uniti d'America e Cina, con diversi interpreti, con diverse culture, con diverse storie personali, che hanno costituito una delle più belle triangolazioni tra i nostri guru, che collaborano stabilmente con Pomilio Blumm nello sviluppo di strategie di comunicazione, di sistemi, contenuti e linguaggi applicabili anche al sistema italiano, in prospettiva internazionale".

Protagonista dell'Ics è ancora una volta "la trasparenza della comunicazione, ma con un'attenzione particolare ai contenuti".

Monsignor Tighe, segretario del Pontificio Consiglio delle comunicazioni sociali, ha spiegato innanzitutto che muoversi sui social media per comunicare comporta rischi, ma, come avviene per le lingue straniere "chi ha troppa paura di sbagliare non le impara mai", e soprattutto la Chiesa deve aprirsi a questo mondo badando ai contenuti perché "per le persone della mia generazione può essere una grande notizia che il Papa sia su Twitter, ma per i giovani è una cosa normale, e quindi guardano ai contenuti come la cosa più importante. Noi siamo sicuri dei nostri contenuti perché sentiamo che se facciamo conoscere alle persone Gesù, stiamo facendo qualcosa di buono per loro".

Trasparenza è dire la verità. Questo il messaggio semplice e forte della scrittrice bestseller Jung Chang, che ha raccontato quanto ci sia di verità, di vita vissuta e sentita nei suoi libri e ha spiegato perché riesce a coinvolgere tante persone in tutto il mondo (sedici milioni di copie per i suoi ultimi due libri), perché "la trasparenza è al centro della mia scrittura, ne è l'anima".

Quando ha avuto successo la sua autobiografia 'Cigni selvatici' è rimasta sorpresa da come lettori di tutto il mondo "potessero immedesimarsi in una famiglia con una cultura così diversa. Nello scrivere ho seguito un detto cinese che paragona il messaggio in un racconto al sale nell'acqua e a fiori nel miele, ovvero deve scomparire ma lasciare traccia ovunque nel sapore".

Harper Reed, stratega web della campagna di rielezione di Barack Obama, ha spiegato come il presidente lo abbia cercato perché "voleva qualcosa di diverso, perché quelle elezioni erano diverse dalle precedenti".

Reed ha parlato anche del *crowdsourcing*, di cui è considerato tra gli inventori, ovvero "il lasciare che sia la gente, tramite i social network e la rete, a fare la parte più dura del lavoro, la parte creativa e di fornitura dei contenuti, non la dobbiamo fare noi, questo è il bello". Il comunicatore statunitense ha anche evidenziato che "essere facilitatori di una community web dà potere al marchio, qualunque esso sia", ma si deve anche essere attenti alla qualità della community, perché se "crei un buon vicinato, la gente verrà a vivere con te".

Ha suscitato grande interesse la ricerca presentata da Stefano Mosti, presidente e socio fondatore dell'Osservatorio di Pavia, che ha spiegato come cambi la comunicazione dell'Europa e dei concetti a essa legati nei vecchi e nei nuovi media.

Pierluigi D'Agata, direttore generale Confindustria Assafrica & Mediterraneo, nei suoi saluti istituzionali ha ricordato che "lavorare all'estero espone le imprese italiane a confrontarsi con il concetto d'identità, per crescere dobbiamo trasformare la nostra identità in valore, il 'made in' ci mette di fronte alla nostra identità".

Davide Del Monte, project officer di Transparency International Italia, ha parlato di corruzione e governance, evidenziando le vere cifre del fenomeno in Italia e come queste vadano interpretate, cosa che spesso gli organismi ufficiali che forniscono i dati non aiutano a fare.

Dal canto suo, Karima Moual, giornalista, esperta di Mediterraneo ha interessato la platea e il popolo di Twitter: "l'idea di cittadinanza sarebbe un concetto meno astratto se fosse trattata come mobilità, flessibilità. C'è bisogno di un progetto culturale nel Mediterraneo, che agisca sui contenuti avendone la giusta considerazione. Gli stranieri contribuiscono al 10 per cento del nostro pil ma non riusciamo a vederli come una risorsa".

L'edizione di Roma del summit segue l'edizione europea dello scorso settembre a Bruxelles e lancia l'edizione Local che si terrà a Milano il 28 novembre.

Info: 0854212032, 333 2146503, [ufficiostampa@pomilio.com](mailto:ufficiostampa@pomilio.com)