



INTERVISTA A FABRIZIO CATALDI, MANAGING
DIRECTOR DI COMUNICAZIONE ITALIANA

LA BOMBA DIGITALE

PARTE LA SECONDA EDIZIONE DEL FORUM
DELLA COMUNICAZIONE DIGITALE. UN LUOGO DOVE
COLTIVARE IL BUSINESS E CREARE NUOVI LEGAMI
TRA I "NATIVI", GLI "IMMIGRATI" E GLI "ANALFABETI"
ELETTRONICI. PARLA L'INVENTORE DELL'EVENTO
DI MARIA LAURA BONFANTI

Geolocalizzazione, Social Mobile, Web marketing, App e futuro di stampa ed editoria: sono solo alcuni dei temi che saranno approfonditi durante la seconda edizione del Forum della Comunicazione Digitale, organizzato da Comunicazione Italiana, che si terrà a Milano, il 16 febbraio presso la sede storica della Borsa Italiana, in Piazza Affari. Le sfide e le opportunità che il digitale svela saranno al centro di una giornata di appuntamenti, in cui specialisti della comunicazione digitale, innovatori, professionisti esperti della "digital economy" si danno appuntamento per fare network, creare ►



FABRIZIO CATALDI, classe 1964, consulente di comunicazione d'impresa, è l'ideatore del Forum della Comunicazione Digitale e si occupa di servizi di comunicazione, marketing relazionale ed RP da oltre 20 anni. Oggi è managing director di Comunicazione Italiana

opportunità di business, condividere know how e allo stesso tempo promuovere la diffusione della comunicazione digitale per lo sviluppo del paese, come spiega Fabrizio Cataldi, managing director di Comunicazione Italiana.

Come è nata e perché l'idea di un Forum della Comunicazione Digitale?

L'idea nasce dall'importanza che ha assunto in questi anni la comunicazione digitale nell'ambito del mondo della comunicazione. Il nostro Forum della Comunicazione di Roma si è imposto nel panorama nazionale come il principale evento del mondo della Comunicazione d'impresa e istituzionale. L'idea di un Forum della Comunicazione Digitale è stata una scelta naturale, specificamente nella città di Milano (Capitale della Digital Economy), e Piazza Affari è la sede più adatta ad ospitare un Forum B2B.

Quale è stato il bilancio della prima edizione?

La business community di Comunicazione Italiana è stata coinvolta per la prima volta nel 2010, chiamando a raccolta circa 2.000 persone tra cui top manager, professionisti della comunicazione, imprenditori che hanno avuto modo di conversare con relatori e discussant. Moltissimi gli spunti e le notizie scaturite dai dibattiti, che hanno trovato una grande sensibilità da parte dei media, come lo speciale Ansa, ed il servizio di Neapolis (Rai Tg3) del 12 febbraio che ha approfondito il servizio del Rai Tg3 Lombardia andato in onda l'11 febbraio. La risonanza mediatica e l'interesse suscitato ha gettato ampiamente le basi per il lancio della seconda edizione con l'obiettivo di diventare sempre più un appuntamento annuale irrinunciabile per i protagonisti dell'innovazione digitale nelle aziende e nelle istituzioni.

Quali sono le novità del 2011?

Quest'anno abbiamo pensato di offrire maggiore partecipazione e coinvolgimento a tutti, secondo uno stile e-democracy. Abbiamo pensato di portare dei Business Media Reporter, vale a dire discussant, fotografi, reporter, blogger, video maker, che possono autocandidarsi sul sito forumdigitale.it e avere spazio a disposizione per apportare il loro contributo. Inoltre abbiamo lanciato un sondaggio sul nostro sito e sui diversi strumenti di communiting che utilizziamo affinché venga definita l'agenda del Forum in maniera rispondente ad interessi dei nostri stakeholder. Ad oggi possiamo dire di aver ricevuto un fortissimo riscontro che si tradurrà nella pianificazione dell'agenda del Forum ascoltando le voci della community.

Il sondaggio dà per preferito il tema "mobile"...

Non sono sorpreso, se non nelle proporzioni: su un numero di circa 430 votanti (all'inizio di gennaio) il 53% dei manager vorrebbe vedere approfondito il tema della comunicazione "mobile", capirne le tendenze per orientare meglio le proprie scelte di business. E del resto se c'è un settore che oggi non conosce crisi, è proprio questo.

Anche l'"Innovation experience zone" è una novità 2011. Chi ne sarà protagonista?



L'"Innovation experience zone" è un'iniziativa inserita durante l'intero arco del Forum che permetterà ai "nativi digitali" di conoscere le ultime novità del mercato, approfondire come si usano e quali vantaggi possono portare nelle attività quotidiane sia nel lavoro che nel tempo libero. Speciali sessioni saranno anche dedicate agli "immigrati digitali" con interventi che hanno come obiettivo la diffusione della cultura digitale riducendo al massimo il "digital divide". Ci saranno i grandi dell'hardware e del software (uno dei partner è Adobe), aziende dell'entertainment, Università, Istituzioni, Business School, blogger, innovatori, tecnologi, che potranno animare la sala convegni dell'"Innovation Zone" per presentazioni di demo, case history, novità tecnologiche. Ogni azienda avrà il suo salottino/desk nella "zona" riservata al networking dove si effettueranno percorsi di radio wisperer e distribuzione di materiali informativi.

A chi si rivolge il Forum?

L'evento è stato pensato e costruito in maniera molto verticale di natura B2B, si rivolge a chi si occupa di innovazione digitale nelle aziende, ma vuole essere anche un punto di riferimento nazionale per "digitalizzare" i nativi "analogici" ancora molto presenti in molte delle aziende e nelle istituzioni.

Chi in particolare non deve perdere l'appuntamento?

Il Forum della Comunicazione Digitale è dedicato principalmente a chi cerca fonti di ispirazione e innovazione tecnologica per il business. È un appuntamento irrinunciabile



**FORUM DELLA
COMUNICAZIONE DIGITALE**
16 febbraio 2011
Palazzo Mezzanotte,
Piazza Affari, Milano
Evento gratuito
con registrazione su
WWW.FORUMDIGITALE.IT

**OGGI È IMPENSABILE FARE
BUSINESS SENZA IL DIGITALE.
CHI NON È AGGIORNATO SU
QUESTI TEMI, È FUORI MERCATO**

per chi vuol partecipare a un'“esperienza” di relazione con i protagonisti dell'economia digitale in Italia e per chi vuole confrontarsi con principali player del settore.

Che affluenza prevedete?

Il nostro obiettivo è duplice: quantitativamente contiamo di superare il numero di partecipanti raggiunto lo scorso anno grazie al rinnovo di media partnership importanti come quella outdoor su tutte le tratte nazionali dei treni AV Ferrovie dello Stato e all'attivazione di nuove media partnership. Ma stiamo lavorando anche qualitativamente per coinvolgere i decision maker e gli opinion leader di aziende, associazioni, business school e della PA. Infine contiamo sugli strumenti tradizionali quali passaparola, il social media marketing, il webmarketing, che ad oggi ci hanno supportato nel raggiungimento dei nostri obiettivi.

Quali sono gli obiettivi del Forum per i prossimi anni?

Rafforzare la propria identità di appuntamento trasversale rivolto a tutti gli innovatori digitali presenti nelle aziende e istituzioni. Crescere come business community cross-mediale dell'innovazione digitale, all'interno dell'ecosiste-



ma economico e relazionale di Comunicazione Italiana. Comunicazione Italiana dovrà diventare il primo punto di riferimento nazionale sul tema dell'innovazione digitale, una sorta di hub e polo d'incontro ove confrontarsi, mettere a fattor comune idee e progetti di innovazione digitale e business oriented.

Quanto e come in futuro il digitale influenzerà il mondo del business?

Già oggi è impensabile operare in qualsiasi settore di business a prescindere dalla comunicazione digitale. Possiamo dire che oggi, chi non è aggiornato su questi temi, è fuori mercato, e i tempi in questo ambito si accorciano incredibilmente. La rivoluzione portata da “social networking” e “mobile” si è giocata in tre anni. In pratica chi non sarà preparato dal punto di vista digitale sarà un “analfabeta moderno”.