

CLAUDIA LUISE

PUBBLICATO IL  
01 Luglio 2020

ULTIMA MODIFICA  
01 Luglio 2020  
ora: 13:07



## A Torino nasce l'Osservatorio per la Comunicazione d'Impresa

L'associazione senza scopo di lucro si costituisce in seguito alla trasformazione del Club della Comunicazione d'Impresa: il suo raggio di azione da torinese diventa regionale



Raoul Romoli Venturi

TORINO. Nasce l'Osservatorio per la Comunicazione d'Impresa - Piemonte (OCIP), associazione senza scopo di lucro in collegamento con le Associazioni di Confindustria del Piemonte, costituita in seguito alla trasformazione del Club della Comunicazione d'Impresa dell'Unione Industriale di Torino, con una nuova denominazione e un raggio di azione che da torinese diventa regionale e un maggiore focus sull'attività di studio e ricerca nell'ambito della comunicazione.

### Gli obiettivi

L'obiettivo dell'Ocip è diventare centro di informazione, formazione e orientamento per la realtà socioeconomica e industriale del territorio piemontese, attraverso l'organizzazione di attività e iniziative di formazione, dibattiti, incontri, studi e ricerche e approfondire temi legati alla comunicazione. Il presidente è **Raoul Romoli Venturi**, eletto dal nuovo Consiglio direttivo durante la prima assemblea ordinaria.

### L'importanza della comunicazione d'impresa

«La comunicazione, oggi più che mai, svolge un ruolo strategico nei percorsi di crescita delle aziende, come moltiplicatore di valore. L'augurio è, dunque, che attraverso l'Osservatorio si possa consolidare questa rete di professionisti che contribuiscono allo sviluppo del nostro sistema industriale», commenta Dario Gallina, presidente dell'Unione Industriale di Torino. Venturi: «Speriamo che il modello che abbiamo varato sia ripreso da altre Confindustrie regionali per una definizione migliore della professione del comunicatore d'impresa, che oggi tutti dicono che sia fondamentale, ma che in azienda ha collocazioni molto variegata negli organigrammi aziendali». «La comunicazione d'impresa oggi - conclude il presidente dell'Ocip - si trova nella posizione nella quale era il marketing ai primi anni Ottanta nella definizione della propria attività. Un'azione coordinata all'interno del mondo confindustriale in collegamento con il mondo accademico potrà sicuramente aiutare a superare le ambiguità che si riscontrano spesso nell'operatività di tutti i giorni».