



INTERVIEW TO PAOLO IAMATTEO, RESPONSIBLE OF ENEL CORPORATE COMMUNICATION: "REASONS FOR SPONSORING" - INTERVISTA A PAOLO IAMMATTEO, RESPONSABILE DELLA COMUNIAZIONE ISTITUZIONALE ENEL: "I MOTIVI DI UNA SPONSORIZZAZIONE"

Petrocchi B.

Abstract. This article is on a brief interview with Paolo Iamatteo, head of communications for ENEL. Iamatteo indicates the communication priority for the company he represents and the large investments in human resources and capital that ENEL is conducting in highly innovative in areas such as the specific House organ or Web TV to communicate with their employees.

Riassunto. Nell'articolo è riportata una breve intervista con Paolo Iamatteo, responsabile della comunicazione per l'ENEL. Iamatteo indica la priorità comunicativa dell'Ente che rappresenta ed i grandi investimenti in risorse umane e capitali che l'ENEL sta effettuando anche in ambiti fortemente innovativi come quello di specifici House organ o della Web Tv per la comunicazione con i propri dipendenti.

Nell'ambito dell'attività di reportage svolta dai Volontari in Servizio Civile all'Istituto Zooprofilattico Sperimentale dell'Umbria e delle Marche, al Festival Internazionale del Giornalismo di Perugia, Intervistiamo Paolo Iamatteo, un giornalista che si occupa di comunicazione presso l'ENEL (Ente Nazionale Energal Elettrica - <http://www.enel.it>). A lui abbiamo posto tre domande sulla politica di questa importante azienda nei confronti della comunicazione.

[SPVet] Dottor Iamatteo, può dirci brevemente qual'è la mission della vostra azienda? Ed in che modo il festival del giornalismo coincide con i valori aziendali?

[Iamatteo] "L'investimento in progetti culturali è ormai riconosciuto come una nuova forma di comunicazione.

Per questo le grandi aziende oggi si propongono sempre più spesso come soggetti attivi nella produzione culturale, attente a percepire i cambiamenti sociali.

Questo è anche l'approccio di Enel: un'azienda che ha diffusione capillare su tutto il territorio nazionale, ma che, grazie alla recenti acquisizioni in Spagna, in Russia e in altri paesi del mondo, è

una multinazionale dell'energia, presente in 23 paesi e con oltre 61 milioni di clienti nell'elettricità e gas.

Investire in cultura, oltre ad essere un atto di responsabilità sociale, è quindi una scelta strategica e un canale privilegiato di dialogo con gli stake-holders, in grado di esprimere la visione e l'impegno dell'azienda in campi non propriamente legati al suo business.

In quest'ottica rientra il sostegno e la partecipazione al Festival di Giornalismo di Perugia: una manifestazione che spinge grandi protagonisti dell'informazione internazionale al confronto e al dialogo, di fronte a una platea dove predominano le giovani generazioni.

Non dimentichiamo che Enel è anche un'azienda che 'forma' giovani giornalisti, attraverso gli organi di comunicazione interna come l'house organ Enel "Insieme" (nota di redazione: house organ digitale del Gruppo Enel S.p.A. dedicata al personale dell'azienda) o la nostra Web TV, e che ha lanciato da un paio d'anni la rivista scientifica Oxigen, uno strumento concreto che avvicina il grande pubblico alla scienza, dando autorevolezza e neutralità alla notizia scientifica"

[SPVet] Quali ritorni d'immagine l'azienda ha ottenuto con la partecipazione al Festival? Corrispondono alle aspettative?

[Iamatteo] I ritorni sono sempre positivi!

Enel è un'azienda che vuole promuovere il dialogo, soprattutto tra i giovani, che vuole spingere ad avere una mente critica, nel senso costruttivo del termine, ad avere conoscenza e consapevolezza delle tematiche che via via vengono affrontate.

Siamo anche stati molto contenti che la nostra Onlus che opera nel campo della solidarietà, Enel Cuore, abbia ricevuto il Premio Internazionale Comunicazione per il Sociale: un riconoscimento per l'impegno a sostegno del dialogo interculturale, che evidenzia proprio la mission della nostra onlus, quella di dare sostegno ai soggetti più deboli di tutto il mondo, con iniziative attive e concrete.

[SPVet] Perché una grande azienda come l'ENEL ha ritenuto necessario munirsi di una Web Tv?

[Iamatteo] Enel, come spiegavo prima, è una grande azienda, con oltre 83.000 dipendenti in tutto il mondo.

La nostra Web Tv è uno strumento di dialogo costante tra l'azienda e i lavoratori.

E' un modo per essere costantemente informati sulle sue attività ma anche su temi di attualità in generale o legati al mondo dell'energia. La nostra televisione interna dà notizie e aggiornamenti continui, fornisce servizi utili (anche con l'on demand) ed è anche uno strumento che spinge al confronto tra le varie opinioni e a un'informazione libera.

[nota di redazione: La Web Tv ENEL è una Corporate Tv che è nata nel 2001, Trasmette informazioni in forma di reportage e news sull'azienda e le sue iniziative raggiungendo circa 35.000 dipendenti]



Quest'opera è stata rilasciata sotto la licenza Creative Commons Attribuzione-Non commerciale 2.5 Italia. Per leggere una copia della licenza visita il sito web <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/it/> o spedisce una lettera a Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

	Istituto Zooprofilattico Sperimentale dell'Umbria e delle Marche, Via G. Salvemini 1. 06126, Perugia - Italy
Centralino Istituto	Tel. +39 075 3431 - Fax. +39 075 35047
Biblioteca	Tel. / Fax +39 075 343217 e-mail: bie@izsum.it
Rivista SPVet.it ISSN 1592-1581	Tel. +39 075 343207 e-mail: editoria@izsum.it http://spvet.it/ http://indice.spvet.it
U. R. P.	Tel. +39 075 343223; Fax: +39 075 343289 e-mail: URP@izsum.it