

Indice

Prefazione, di *Davide Arduini* IX

Introduzione, di *Andrea Cornelli* 1

Prima parte. I pilastri delle Relazioni Pubbliche

1 Corporate affairs, una nuova consapevolezza e un nuovo
approccio alla complessità 9
di *Paola Ambrosino*
(con il contributo di *Annalisa Ferretti* e *Valeria Peverelli*)

2 Governare le relazioni: l'importanza dell'ascolto
nello stakeholder engagement 18
di *Diego Biasi*

3 Il pericolo della disinformazione, un problema antico
come la storia del mondo 25
di *Francesca Caon*

4 Quali perimetri per il mondo delle Relazioni Pubbliche:
un profilo fra passato e futuro 31
di *Flavio A. Ceravolo*

5 Il crisis management nell'era della permacrisi 42
di *Pasquale De Palma*

6 Breve storia delle Relazioni Pubbliche e dell'evoluzione
della professione 48
di *Antonella Maria Lupica*

7	La funzione strategica dell'ufficio stampa in un panorama dei media sempre più articolato e in continua evoluzione di <i>Camillo Ricci</i>	58
8	Misurare i risultati nelle Relazioni Pubbliche: sfide critiche e prospettive future (2025-2030) di <i>Rossella Rosciano</i>	65
9	Le Relazioni Pubbliche oggi: uno sguardo internazionale di <i>Elena Silva</i>	75
10	L'importanza della comunicazione integrata di <i>Martin Slater</i>	83
11	Brand activism e pericolo -washing di <i>Rossella Sobrero</i>	90
Seconda parte. Conversazioni con i protagonisti		
12	L'evento come strumento di comunicazione di <i>Federico Alberto</i>	99
13	Comunicare l'atleta nell'era della convergenza mediatica di <i>Marco Del Checcolo</i>	107
14	La comunicazione differenziante fa la differenza di <i>Alessandra Malvermi</i>	111
15	La comunicazione pubblica: a che punto siamo? di <i>Omer Pignatti</i>	116
16	Relazioni Pubbliche e marketing digitale nell'era della comunicazione fluida di <i>Massimo Romano</i>	121
17	Relazioni istituzionali: quanto mai vantaggiose, quanto poco valorizzate di <i>Maria Grazia Persico</i>	126

18	Visione double circular e AI-gency: le agenzie di PR sono il luogo in cui il messaggio si fa esperienza e il dato si fa visione di <i>Andrea Schiesaro</i>	131
19	Guida al cambiamento: dove visione, reputazione e inclusione si incontrano di <i>Caterina Tonini</i>	137
20	Umani e macchine: dallo scontro all'integrazione per campagne di comunicazione di successo. Come cambiano le Relazioni Pubbliche nell'era dell'intelligenza artificiale di <i>Beatrice Agostinacchio</i>	142
21	PR del futuro: innovare, ingaggiare e gestire il rischio con i clienti di <i>Mirka Ritelli</i>	146
Terza parte. Il ruolo della formazione		
22	Nuove frontiere nella formazione dei comunicatori di <i>Renata Kodilja</i>	155
23	Formarsi per trasformarsi: la formazione come motore dell'evoluzione nelle PR di <i>Giulia Mentore</i>	164
24	Formare comunicatori nell'era dell'intelligenza artificiale: tra consapevolezza e rispetto per la complessità dell'esperienza umana di <i>Stefania Romenti e Grazia Murtarelli</i>	174
	Postfazione, di <i>Massimo Moriconi</i>	183
	Bibliografia	185
	Gli Autori	191