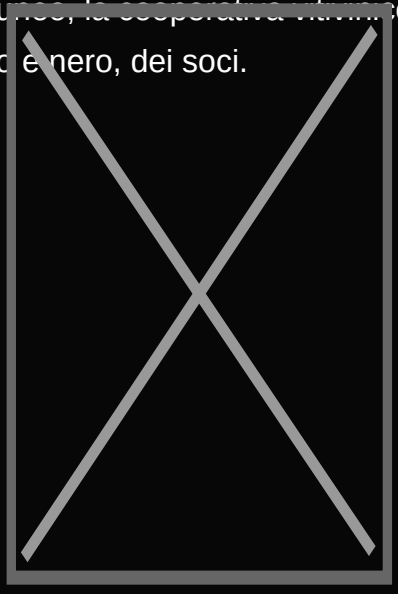
Poletti: puntare sulle persone con la comunicazione interna aziendale

mixerplanet-tempo-di-iop-foto-orizzontale-1cafcc53

Filippo Poletti, nel libro "Tempo di IoP: Intranet of People", indica la via da seguire oggi sul lavoro: **ripartire con la comunicazione interna aziendale**, valorizzando le persone e i loro talenti.

Il "tempo di IoP" è quello del fare rete o "net", di cui oggi, con la crisi generata dalla pandemia, si avverte la necessità. La via indicata da Poletti, quella dell'IoP, è la nostra via, quella dell'universo del beverage: lo dice lo stesso autore, presentando in apertura del libro il percorso intrapreso da **Terre di Barolo**: fondata nel 1958 a Castiglione Falletto in provincia di Cuneo, la cooperativa vitivinicola si è presentata al mondo sul suo portale con i 165 volti, tutti in bianco e nero, dei soci.



[caption id="attachment_177834" align="alignright" width="200"] Filippo Poletti[/caption]

Non è un caso – sottolinea Poletti a colloquio con *Mixer Planet* – che sul suo canale ufficiale di Instagram il consorzio Terre di Barolo abbia scritto: "Una grande famiglia nel nome del vino: a big family in the name of wine". È il **richiamo all'unità** che rappresenta, secondo l'autore, uno dei cinque

pilastri della comunicazione aziendale. Se il primo è la promozione del bene comune, il secondo è il **dialogo**, poi a seguire la **formazione continua**, il **welfare** o benessere delle persone e, infine, la **sostenibilità** intesa come adesione ai principi dell'economia circolare: "**Più comunicazione interna vuol dire aziende più produttive con collaboratori più motivati**", prosegue il giornalista, classe 1970, comunicatore d'impresa.

"È tempo di unire le forze per affrontare le grandi sfide che ci attendono. Per ripartire oggi occorre ricreare e rafforzare quel sentire comune che fa di un'azienda, piccola o grande che sia, un organismo coeso – commenta Poletti, tra i principali **influencer in Italia del social media LinkedIn**, dedicato al mondo del lavoro –. Dobbiamo farlo a partire dalla 'comunicazione in famiglia', la comunicazione interna digitale. Facciamolo con un sito web rivolto ai dipendenti, la cosiddetta '**intranet**' oppure con un'app o un gruppo chiuso su un social media come **Telegram** o, infine, con una **web radio aziendale**".

In quasi 300 pagine, di cui hanno già parlato più di 300 testate giornalistiche nazionali, Poletti ci guida alla scoperta dell'oggi e del domani nel mondo del lavoro. E lo fa, chiudendo, lanciando il cocktail della "fiducia": "Ogni giorno al lavoro è un nuovo giorno – conclude con *Mixer Planet* –. **Facciamo in modo di far circolare le idee interessanti, capaci di coinvolgere la nostra community**. Come dice l'esperta di comunicazione Annamaria Testa, le buone notizie sono storie di idee brillanti per risolvere problemi complicati. Condividiamole quotidianamente con fiducia e coraggio".