



## RELATORI

**Andrea Fontana** insegna *Storytelling* e Narrazione d'impresa all'Università di Pavia, è cofondatore di *Storyfactory*, prima società italiana nel campo della narrazione d'impresa, nonché Presidente dell'Osservatorio Italiano di *Corporate Storytelling*.

**Felipe Herrera** lavora al Dicastero per la Comunicazione della Santa Sede ed è esperto di comunicazione strategica. Prima di diventare sacerdote ha lavorato come giornalista televisivo. In Cile è stato Direttore dell'Area delle comunicazioni per la Visita del Papa (18-21 gennaio 2017).

**Daniele Chieffi** attualmente è a capo della *Factory* e della comunicazione digitale di AGI, agenzia giornalistica del Gruppo ENI. È consigliere nazionale di FERPI. Dirige Neo, collana di saggista crossmediale, edita da Franco Angeli.

**Franco Origlia** è fotografo corrispondente italiano dell'agenzia *Getty Images* e decano dei fotografi accreditati presso la Sala Stampa Vaticana. [www.contigo.media](http://www.contigo.media)

**Pier Luca Santoro** è un esperto di marketing, comunicazione & *sales intelligence*. *Project Manager @DataMediaHub*. Consulente per progetti di posizionamento strategico, organizzazione, comunicazione e formazione per aziende pubbliche e private, associazioni di categoria e amministrazioni pubbliche.

**Juan Narbona**, professore di *Digital Communication* alla Pontificia Università della Santa Croce. Consulente di diverse non profit e autore di articoli su Strategia Digitale e Comunicazione.



## ISCRIZIONE

Per iscriversi al corso è necessario registrarsi previamente on-line: [www.pusc.it/iscrizione](http://www.pusc.it/iscrizione)

Qualora si avesse già una utenza per gli eventi dell'Università, è possibile riutilizzarla oppure chiedere assistenza.

Alla fine del corso verrà rilasciato un certificato di partecipazione. La frequenza minima è di almeno 2 moduli integrali.

**COSTO** 70 € per ogni sessione  
200 € per il ciclo completo di 3 sessioni

**SEGRETERIA** Marco Munafò tel. 0668164.362  
e-mail: [munaf0@pusc.it](mailto:munaf0@pusc.it) fax 0668164.400



## Digital Storytelling istituzionale

Raccontare la propria organizzazione nell'era dell'iperconnessione

ROMA – febbraio 2019



## PRESENTAZIONE

Il digital *Storytelling* è una delle tendenze più rilevanti nella comunicazione aziendale.

Per anni, siamo stati affascinati dalle capacità dei nuovi mezzi di comunicazione. L'interesse era focalizzato sulla necessità di acquisire capacità tecniche e imparare nuovi linguaggi.

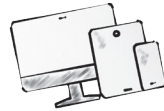
Nell'era dell'iperconnessione, il digitale ha moltiplicato i messaggi come mai nella storia della comunicazione, provocando un surplus informativo che rende difficile trasmettere al proprio pubblico ciò che è specifico di una istituzione.

È arrivato quindi il momento di curare il messaggio, di lasciare il segno, di suscitare interesse, di raccontare storie che siano ascoltate.

Preoccupati dal bisogno di essere presenti nei vari canali (Instagram, Whatsapp, ecc) e di usare i nuovi linguaggi (realtà virtuale), dimentichiamo che la vera domanda è: ho qualcosa da raccontare? Perché dovrei interessare al mio pubblico? Quale è la storia istituzionale che mi rende unico?

Catturare l'attenzione degli interlocutori è un momento magico. Hanno le piccole e medie istituzioni del non profit la capacità di farlo?

Lo *Storytelling* istituzionale è diventato fondamentale a causa della trasformazione digitale. Ogni istituzione deve mettere in discussione la propria identità e la capacità di trasmetterla in modo interessante. Questo corso propone alcune chiavi di lettura per capire il nuovo contesto, riflettere sulla propria storia e far appassionare i propri pubblici.



## METODOLOGIA

Il corso contiene sei sessioni in tre giornate di lavoro (1, 8 e 15 febbraio 2019). In ogni incontro due specialisti affronteranno diversi aspetti dello *Storytelling*, del contesto digitale e dei nuovi linguaggi.

Grazie anche all'analisi di casi pratici, è propositivo degli organizzatori che i partecipanti realizzino durante il corso una proposta di *Storytelling* istituzionale per la propria organizzazione.



## DESTINATARI

Professionisti che operano o intendono operare nella comunicazione digitale di istituzioni ed enti non profit (onlus, università, centri educativi, istituzioni culturali, sociali e religiose, istituzioni di pubblico servizio, ecc).

Il corso è promosso e organizzato da Iscom, in collaborazione con Harambee Africa International e la Facoltà di Comunicazione Sociale Istituzionale della Pontificia Università della Santa Croce.



## CALENDARIO

**1.2.19**

10.30 – 12.00  
Andrea Fontana

**Corporate Storytelling: processi, competenze e regole di base**

12.15 – 13.30  
Felipe Herrera

**Il viaggio dell'eroe nell'istituzione**

**8.2.19**

10.30 – 12.00  
Daniele Chieffi

**Costruzione e gestione della relazione. Produzione di valore, crossmedialità e Storytelling**

12.15 – 13.30  
Franco Origlia

**Il potere dell'immagine nel racconto: la rivoluzione digitale e prospettive di futuro**

**15.2.19**

10.30 – 12.00  
Pier Luca Santoro

**Social e Google come fonti di content curation e Storytelling**

12.15 – 13.30  
Juan Narbona

**Una guida per disegnare il proprio racconto**

## LUOGO



**Pontificia Università della Santa Croce**

Aula A101 (1° piano)  
Piazza di Sant'Apollinare, 49  
00186 Roma

## Comitato scientifico

Prof. Juan Narbona  
Prof. Manuel Sánchez

## Coordinamento accademico

Dott. Sergio Destito  
Dott. Antonino Piccione