



AZIENDE E MERCATI

Assorel rilancia sulle gare

Assorel invita le associazioni di rappresentanza del settore a razionalizzare gli sforzi per arrivare a un'unica proposta condivisa sulle gare.



· pag. 16

Assorel rilancia sulle gare e chiede condivisione alle associazioni del settore

Il tema delle gare pubbliche e private è da anni al centro del dibattito nel mondo della comunicazione. A maggio dello scorso anno Assorel aveva siglato con UPA le "linee guida per la scelta di un'agenzia di relazioni pubbliche", di recente riprese anche dal settore degli eventi, e lo scorso aprile ha pubblicato l'Osservatorio sulle Gare pubbliche. Assorel invita ora a razionalizzare gli sforzi tra le associazioni di rappresentanza del settore per arrivare a un'unica proposta condivisa, con l'obiettivo di premiare la professionalità, migliorare la qualità, cambiando passo rispetto alla situazione che si è sviluppata negli ultimi anni, che vede come variabile preponderante il prezzo, a scapito del riconoscimento del valore, primo vero asset delle imprese di consulenza e servizi nella comunicazione. Omer Pignatti, consigliere delegato dell'associazione delle pr sul tema gare, ha dichiarato in una nota: «Riteniamo necessario passare ad una nuova fase sul tema gare, rapportandoci in modo forte e competente verso il mercato e le Istituzioni». Pignatti indica quindi una serie di punti fondamentali: 1) definire un tavolo comune che sia in grado di avanzare proposte e iniziative condivise da tutto

il settore della comunicazione; 2) proporre alle istituzioni stato e regioni un codice di comportamento e di gestione unico delle gare con un capitolo tipo. Tempi certi, trasparenza nelle procedure, commissioni esterne di competenti sorteggiati da un albo nazionale. Superare la logica dello sconto del prezzo, mantenere il budget di gara, per andare verso incremento di attività aggiuntive; 3) centralizzare in una unica agenzia tutte le gare di regioni, ministeri, enti e società di riferimento pubblico; 4) fissare alcune regole deontologiche per le gare private, condividerle con le associazioni di rappresentanza delle Imprese che investono e impegnare le agenzie a rispettarle, eventualmente rinunciando a partecipare; 5) riprendere iniziative di proposta legislativa che consenta di riconoscere la specificità consulenziale e creativa delle attività di comunicazione, e al contempo, dare maggiore professionalità e qualità alle campagne di comunicazione pubblica. «Ben vengano ulteriori accordi verticali per le diverse industry su un tema comune a tutti ma, come ho avuto occasione di dichiarare più volte, se non si agisce compatti e uniti tutti insieme verso i no-

stri comuni interlocutori su questo tema gli accordi saranno solo parole scritte sulla sabbia» ha sottolineato la presidente di Assorel, Filomena Rosato.

