

/ [agenzie/associazioni](#)

FILOMENA ROSATO: "NUOVO LOGO E ORGOGLIO DELL'APPARTENENZA PER UNA ASSOREL PIÙ APERTA"

22 Febbraio 2017



ASSOREL
COMUNICA. CONNETTE. INNOVA
ASSOCIAZIONE IMPRESE
DI COMUNICAZIONE
E RELAZIONI PUBBLICHE

"Sono passati 100 giorni dall'insediamento del nuovo Consiglio Direttivo, il 15 Novembre, e già si percepisce il cambio di passo che abbiamo voluto imprimere all'Associazione come primo atto di questa nuova fase", esordisce il Presidente di **Assorel** Filomena

Rosato nell'incontro con la stampa di questa mattina. "Tra le novità: una nuova corporate identity, il rafforzamento della struttura interna, una ricerca di mercato sugli investimenti in Relazioni Pubbliche in Italia, l'Osservatorio Gare, il rinnovamento della proposta formativa di Assorel Academy".

Disegnato da Andrea Sabia, un creativo free lance toscano, il nuovo marchio di Assorel, nei colori blu e verde, nasce dal segno perfetto del triangolo, matrice dalla quale si possono generare tutte le altre forme, con equilibrio, simmetria, dinamicità. Significati che esprimono oggi i tre universi di Assorel – Comunicazione, Contenuti, Digitale – e la nuova missione di rappresentanza della industry rafforzata dal nuovo pay off di posizionamento: Comunica. Connette. Innova. "Per la definizione della base associativa è stato inoltre scelto il termine "impresa", al posto di "agenzia" come fattore distintivo di responsabilità, valore e qualità verso il mercato".

"La rappresentatività di un'associazione non si misura solo con i numeri, bensì con i contenuti di valore che offre", ha aggiunto il Presidente, presentando risultati di una ricerca / Osservatorio realizzata sugli investimenti nelle relazioni pubbliche e commissionata a **Nielsen**. Dall'indagine su un campione di 300 aziende in target, emerge che l'investimento medio in PR nel 2017 sarà pari a 250 mila euro per le aziende di medie dimensioni e fino a 330 mila euro per le grandi aziende. L'investimento in PR è pari a un quarto dell'investimento totale in comunicazione e il mercato vedrà una crescita del +4% rispetto al 2016. Tra i criteri di valutazione delle imprese di comunicazione fondamentale è il parametro legato all'affidabilità. Il 57% delle aziende utilizza inoltre sistemi di misurazione (monitoraggio, ricerche di mercato) mentre il restante 43% non misura. Le aziende si ritengono soddisfatte se le attività di PR generano un +25% su quanto investito. Sullo stesso fronte, è stata presentata una novità firmata Assorel, importante per tutta la industry italiana, relativa alla "**Misurazione dei Risultati delle attività di PR**". Grazie all'accordo di collaborazione con Barbara Bassi, *European Chapter Chair* di **AMEC** (*International Association for Measurement and Evaluation of Communication*) e rappresentante italiana di **The Measurement Practice**, il network internazionale di professionisti aziendali di più alta specializzazione sul tema, Assorel ha messo a punto un programma di workshop specialistici sulla misurazione, basati sull'esperienza aziendale e non accademica. Scopo di Assorel è quello di fare chiarezza in modo autorevole sul mercato italiano in un'ottica win-win: aiutare le imprese associate e fornire ai comunicatori di impresa la conoscenza e gli 'attrezzi del mestiere' per costruire programmi di misurazione efficaci; offrire valore al mercato di riferimento aiutandolo ad utilizzare la misurazione per condurre campagne di comunicazione in modo più efficace ed efficiente.

Assorel ha inoltre avviato l'**Osservatorio Gare** con una elaborazione analitica di dati che consentirà all'associazione di aprire il dialogo con le autorità di competenza sul tema della qualità e della trasparenza in fatto di gare pubbliche in Italia, ponendosi come promotore di un nuovo corso a beneficio dell'intero mercato anche sul fronte della lotta al dumping.



Nel 2017 si intensifica l'impegno nella Formazione, con il rinnovamento della proposta di **Assorel Academy** sviluppata d'ora in poi su due canali paralleli: workshop con percorsi di approfondimento su temi d'interesse professionale sviluppati su più moduli (**Assorel Academy Lab**); training formativi di alto profilo manageriale (**Assorel Academy Doc**).

Ultimo, ma non meno importante, l'impegno nell'ambito delle relazioni internazionali, dove – grazie a un accordo sottoscritto con Unicom – Assorel rappresenta oggi in **ICCO** circa 110 tra imprese di comunicazione e creatività e apre un nuovo capitolo sul fronte del management femminile nella industry delle PR. Accogliendo la richiesta di **Global Women in Public Relations (GWPR)**, organizzazione indipendente sui temi del management femminile nelle PR di tutto il mondo riservata alle donne manager e imprenditrici in agenzia e in azienda, Assorel si fa promotrice in Italia dello sviluppo della rappresentanza di GWPR affidandola con una delega autonoma a Carola Salvato (**Havas Life**), a testimonianza di una visione ampia e della volontà di essere protagonista nelle principali occasioni di confronto internazionale.

TAGS

gare, Assorel, ROI, misurazione, icco, filomena rosato

ARTICOLI CORRELATI

- *Facebook, nasce Measurement FYI: annunciate le novità sulle metriche pubblicitarie*
- *Hic Mobile, insieme al mobile advertising nuova soluzione per la misurazione del footfall*
- *Consiglio direttivo Assorel con Rosato presidente: definite linee guida 2017. Entra Havas life*