



Assorel: nuova corporate identity per sottolineare cultura associativa e vicinanza alle imprese

L'associazione presieduta da Filomena Rosato ha presentato ieri a Milano un resoconto dei cantieri aperti a meno di 100 giorni dal rinnovo delle cariche, dal team social dedicato alla ricerca commissionata a Nielsen sugli investimenti in relazioni pubbliche.

“Da imprenditrice mi sono confrontata con tante realtà associative internazionali, nessuna con il grado di individualità e conflittualità tipicamente italiano, e ho pensato fosse il momento di ricostruire un ruolo e una funzione”.

Filomena Rosato spiega così la sua scelta di candidarsi a presidente

Assorel, associazione di cui ha presentato i passaggi più importanti a 3 mesi dall'insediamento suo e del nuovo consiglio direttivo.

Nell'ordine: il nuovo logo, firmato dal grafico free lance Andrea Sabia, arricchito da un nuovo payoff di posizionamento e rafforzato dalla scelta del termine 'impresa' al posto di agenzia; una ricerca di mercato sugli investimenti in PR commissionata a Nielsen che stima per il 2017 una crescita di questo mercato del 4% sullo scorso anno e valuta l'investimento delle aziende in PR pari al 25% del budget totale di comunicazione, con l'avvertenza che ormai corporate e marketing stanno lavorando sempre più in una logica di cross-funzionalità e quindi non sempre è facile attribuire il peso dell'uno o dell'altro sul totale investimenti; l'avvio dell'Osservatorio Gare anche per aprire un dialogo sui temi della qualità e della competenza e promuovere “un nuovo corso a beneficio dell'intero mercato anche sul fronte della lotta al dumping”; il rilancio dell'Assorel Academy, ora sdoppiata in due canali paralleli – Lab e Doc – per la formazione; l'accordo con Barbara Bassi, European Chapter Chair di AMEC (Association for Measurement and Evaluation of Communication) e rappresentante italiano di The Measurement Practice, per la misurazione dei risultati delle attività di PR con un approccio più pratico.



Per quanto riguarda le relazioni con le altre realtà associative, “cerchiamo di collaborare con tutti: le altre associazioni, chi più chi meno, hanno risposto”, ha detto Rosato.

Tra quelle che hanno risposto, Unicom che sarà rappresentata da Assorel a livello internazionale in ICCO, e Confindustria Intellect per ragionare sul contratto di categoria.

Altra novità è la delega autonoma a Carola Salvato (Havas Life) per promuovere in Italia la rappresentanza di Global Women in PR, organizzazione indipendente impegnata in particolare sui temi del gender pay gap e della diversity nel management, mentre viene confermato l'impegno per un ruolo attivo nel contrasto alla fake news e alla violenza in rete in collaborazione con le istituzioni e l'Ordine dei Giornalisti.

Assorel: nuova corporate identity per sottolineare cultura associativa e vicinanza alle imprese ultima modifica: 2017-02-23T11:41:31+00:00 da editorbrand01