

Marketing Primopiano

## I primi 100 giorni di Filomena Rosato alla guida di Assorel

Questa notizia piace a 250 lettori

22 febbraio 2017

A poco più di tre mesi dall'elezione del nuovo consiglio direttivo presieduto da Filomena Rosato, Assorel si fa nuova e si presenta al mercato con una struttura interna rafforzata nell'area comunicazione, un team social dedicato, una corporate identity completamente rinnovata e iniziative rivolte al mercato.

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



## ASSOREL

COMUNICA. CONNETTE. INNOVA

ASSOCIAZIONE IMPRESE  
DI COMUNICAZIONE  
E RELAZIONI PUBBLICHE

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.

**Dibattere, confrontarsi, essere protagonisti e referenti autorevoli** per la industry sono gli elementi alla base della politica associativa per una **rappresentatività di mercato di Assorel basata su contenuti di valore.** A conferma di ciò l'Associazione presenta oggi i risultati di una ricerca - mancava da diversi anni un Osservatorio del mercato - 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 dimensione 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.



Filomena Rosato

Per quanto riguarda il presidio di uno degli argomenti di **'emergenza sociale'** nella comunicazione in questo momento, il fenomeno **Fake news** e la **lotta alla violenza nella rete**, Assorel procede nel programma di sviluppo del **'patto del rispetto'** siglato con **l'Ordine dei Giornalisti della Lombardia** a livello nazionale favorendo il confronto più aperto nel rapporto tra comunicatori e giornalisti, a sostegno della correttezza dell'informazione e dell'affidabilità delle fonti.

In questo ambito va inquadrata la partecipazione di Assorel a **Parole O Stili** a Trieste il 17 e il 18 febbraio con il contributo dato al **panel 'bufale e algoritmi'** che ha visto Michele Rinaldi, Social Media Team Manager Assorel e socio di Soluzione Group, brillante relatore **'con la sua play list di regole per la tutela della reputazione online'**. Nella due-giorni si è discusso

dell'importanza di ridurre, arginare e combattere le pratiche e i linguaggi negativi della rete, nel cui ambito Assorel, ha potuto mostrarsi ancora una volta parte attiva.

In prima linea **per contribuire alla qualità e alla crescita del mercato** 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**.

Si intensifica l'impegno dell'Associazione 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).

Importante novità di Assorel per tutta la industry italiana è il capitolo **Misurazione dei Risultati delle attività di PR**. Grazie all'accordo di collaborazione con Barbara Bassi, European Chapter Chair di AMEC 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.

Nell'ambito delle **relazioni internazionali**, 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.

Un deciso 'cambio di passo' per il futuro di un'associazione che, forte della sua storia e riconoscibilità da parte di tutti gli stakeholder, pubblici e privati, desidera fortemente continuare ad essere portavoce autorevole di una cultura della Comunicazione e delle Relazioni Pubbliche quale imprescindibile chiave strategica di successo per ogni impresa.