

SECONDO UNA RICERCA NIELSEN, IL COMPARTO QUEST'ANNO POTREBBE CRESCERE DEL 4%

Assorel presenta il nuovo logo e il payoff. E annuncia i progetti per il 2017

di Laura Buraschi

A poco più di tre mesi dall'elezione del nuovo consiglio direttivo presieduto da **Filomena Rosato, Assorel** ha presentato ieri il nuovo logo, nei colori blu e verde, che nasce dal segno perfetto del triangolo ed è rafforzato dal nuovo pay off di posizionamento: Comunica. Connette. Innova. A firmare il logo è il freelance **Andrea Sabia**. Per l'associazione non si tratta dell'unica novità di questi primi cento giorni: ha appena preso il via, infatti, l'Osservatorio Gare che prevede un'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. Novità anche sul fronte della formazione, con l'Academy che si 'sdoppia' su due canali paralleli: workshop con percorsi di approfondimento su temi d'interesse professionale sviluppati su più moduli (**Assorel Academy Lab**) e training formativi di alto profilo manageriale (**Assorel Academy Doc**). Ma la 'nuova' **Assorel** guarda anche all'estero e annuncia da un lato di aver sottoscritto con **Unicom** un accordo per rappresentarla in ICCO, dall'altra di aver aderito al **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. **Carola Salvato** (Havas Life) avrà una delega autonoma in GWPR. Nel corso dell'incontro con la stampa, il presidente Rosato ha anche illustrato i principali dati di una ricerca commissionata a **Nielsen** sul mercato delle pr in Italia. Dall'indagine su un campione di 300 aziende in target, emer-

ge 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, stando alle dichiarazioni d'intento degli intervistati, 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 mentre il restante 43% no. Le aziende si ritengono soddisfatte se le attività di pr generano un +25% su quanto investito. A proposito di misurazione, **Assorel** ha raggiunto un accordo di collaborazione con **Barbara Bassi**, European Chapter Chair di AMEC e rappresentante italiana di The Measurement Practice, per un programma di workshop specialistici sul tema. Scopo di **Assorel** è 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** conta a oggi 18 imprese associate.



ASSOREL

COMUNICA. CONNETTE. INNOVA

ASSOCIAZIONE IMPRESE
DI COMUNICAZIONE
E RELAZIONI PUBBLICHE



Filomena Rosato