



## PRINCIPALI ATTIVITÀ REALIZZATE DA ASSOCOM NEL 2014

Nel corso del 2014 ASSOCOM ha realizzato progetti e attività, di cui qui vengono indicate le principali, che testimoniano il forte impegno dell'associazione verso gli associati che rappresenta, siano esse agenzie creative, media o specialistiche. In un'ottica partecipativa, di condivisione e di collaborazione con tutte le componenti della filiera della comunicazione: un approccio necessario per il rilancio e l'innovazione che il settore deve intraprendere.

- All'appuntamento annuale *Comunicare Domani* è stata presentata la più estesa ricerca condotta sul comparto, commissionata da ASSOCOM alla School of Management del Politecnico di Milano. La ricerca, oltre a dare per la prima volta le dimensioni di un ecosistema il cui giro di affari vale nell'insieme l'1% del PIL e che occupa 150 mila persone, ha testimoniato la sofferenza di tutta la filiera della comunicazione in questo momento complesso per l'intero comparto, con gli investimenti pubblicitari che risentono delle difficoltà delle aziende e continuano a calare in valore, e le aziende che rivolgono la loro attenzione a mercati più reattivi. La ricerca ha però anche individuato interessanti dinamiche interne sulle quali intervenire, evidenziando l'importanza dell'approccio di Marca e della qualità nella creazione di contenuti.
- Per la prima volta ASSOCOM è stata invitata all'assemblea annuale dell'UPA, l'associazione che riunisce i principali investitori del paese. Il Presidente di ASSOCOM Marco Testa è intervenuto parlando di creatività e qualità: questi due asset e la loro sinergia sono l'unica formula che può consentire di riportare la comunicazione al centro dello sviluppo del sistema paese e le agenzie al fianco dei clienti come partner strategici per lo sviluppo dei loro brands.
- La creatività è stata anche al centro del primo festival totalmente dedicato al recupero dell'importanza di questa leva fondamentale. Gestito in compartecipazione con l'Art Directors Club Italia e con il supporto di Google, *IF! Italians Festival* è stato un successo: più di 4.000 partecipanti nel corso dei tre giorni in cui si sono susseguiti oltre 70 interventi con speakers da tutto il mondo, che hanno valorizzato la creatività italiana in tutte le sue forme e dato stimoli per una sua ulteriore evoluzione. Il successo dell'iniziativa ha fatto decidere di replicarlo su base annuale coinvolgendo in prospettiva altri protagonisti strategici del mercato.
- Sempre alla qualità è orientato un altro importante progetto impostato nel 2014 da ASSOCOM in partecipazione con UPA: la creazione dell'Alta Scuola di Formazione per la creazione di professionisti nel settore strategico e gestionale delle agenzie. La scuola avrà l'appoggio di agenzie e aziende per un percorso formativo specializzato, ma di ampio respiro culturale, che vedrà nel 2015 la sua prima edizione.
- Un altro importante tema su cui l'associazione ha iniziato a lavorare nel 2014 e continuerà nel prossimo anno è quello del peso proporzionale delle grandi strutture che aderiscono ad ASSOCOM, verificando l'attuale sistema di elezione e di deleghe. Per questo è stata costituita un'apposita commissione, guidata dal Vice Presidente Emanuele Nenna e dal Consigliere Giorgio Bonifazi Razzanti ed aperta a tutte le società che ritengono di voler intervenire su questo argomento.
- Sul fronte della formazione l'associazione ha continuato il suo impegno di coordinamento e organizzazione dei due masters che gestisce: il Master in Brand Communication realizzato con il Polidesign di Milano ed il Master per Digital Communications Specialist organizzato con l'ALMED dell'Università Cattolica di Milano. I master quest'anno hanno formato una cinquantina di professionisti di livello, che hanno subito trovato collocazione presso le aziende aderenti.

- ASSOCOM ha inoltre portato a compimento il percorso sul tema del digitale, dedicato ai soci e iniziato un anno fa, organizzando con Facebook due seminari che hanno ottenuto grande partecipazione.
- Sul tema della comunicazione di marca con un focus specifico sulla creatività, ASSOCOM ha organizzato per UPA alcuni seminari creativi di formazione e confronto con i professionisti di marketing delle sue aziende.
- Tra le attività istituzionali portate avanti da ASSOCOM, importante è il contributo che l'associazione sta dando per il rinnovamento e l'aggiornamento dei sistemi di rilevazione ufficiale dei dati di ascolto e fruizione della pubblicità, attraverso la sua partecipazione societaria nelle Audi. Tale attività ha portato all'ampliamento significativo della base campionaria di Auditel, per andare incontro ai cambiamenti sociali; all'introduzione della rilevazione dei device mobili in Audiweb; al lancio della prima ricerca multicanale nell'ambito della comunicazione outdoor; alla collaborazione con l'AgCom per la riformulazione di un sistema di rilevazione delle radio; all'allargamento al digitale della rilevazione della stampa in Audipress. La continua collaborazione con UPA, che completa la visione del mercato, è garanzia per tutti i fruitori di indipendenza e trasparenza metodologica di questi fondamentali strumenti.
- Sempre insieme ad UPA, ASSOCOM si è fatta promotrice dello studio di un sistema – ad oggi unico al mondo - di armonizzazione dei codici di rilevazione dei video, che facilita enormemente le valutazioni strategiche e le certificazioni di cui i clienti hanno bisogno.
- Attraverso il suo Centro Studi, ASSOCOM ha promosso un tavolo di confronto con Nielsen, UPA, Osservatorio Innovazione Digitale del Politecnico di Milano, FCP e IAB per uniformare gli approcci alla rilevazione dei dati sullo sviluppo degli investimenti pubblicitari sul web e portare alla luce per la prima volta la dimensione nella sua interezza.
- Sul tema del trattamento dati e della privacy, ASSOCOM prosegue il suo impegno all'interno del gruppo composto da UPA, FCP, DMA, Fedoweb, IAB e NetCom, che ha l'obiettivo di porsi come interlocutore del Governo per aiutare i responsabili nel recepimento delle normative europee, fornendo loro l'opinione, i dati e le esperienze dei principali attori del mondo digitale.
- In ambito internazionale continua la collaborazione con l'associazione europea EACA, sia sul fronte della lobbying a livello di normative europee, sia nell'ambito della formazione: nel 2014 è stata organizzata a Roma la Summer School con cinquanta studenti da tutta Europa. Continuano inoltre i corsi e gli esami di certificazione a livello europeo, European Certificate.

Una sintesi delle attività istituzionali di ASSOCOM è disponibile al link <http://www.assocom.org/ita/l-associazione/perche-associarsi/>