

Milano, 19 aprile 2016

Filomena Rosato, Presidente FiloComunicazione e Vice Presidente Assorel

Al suo interno, in questi anni il mondo della comunicazione, ha vissuto i forti cambiamenti intercorsi a più livelli: la globalizzazione del mondo delle imprese, la nascita dei grandi gruppi o di reti di impresa, la difficoltà delle stesse imprese di adeguarsi al cambiamento, l'avvento delle nuove forme di comunicazione e la progressiva trasformazione del mondo dei media, il bisogno sempre crescente di figure professionali di nuova 'generazione' e non immediatamente reperibili sul mercato. Un mercato sempre più povero di investimenti e confuso dall'abbattimento dei confini, prima chiaramente indicati, tra le specializzazioni, con il dilagare di una domanda di 'comunicazione integrata' che ha prodotto, di fatto, invasione di territori limitrofi – ma diversi per DNA – e ha generato incomprensioni a scapito dell'identità.

In ogni crisi di sistema va ricercata la grande opportunità per la rigenerazione e l'affermazione della propria ritrovata identità. Nella grande rivoluzione portata dal digitale, dove il codice umanistico ha preso in modo chiaro il sopravvento su quello tecnologico, le PR hanno trovato la loro naturale affermazione, con la definizione del nuovo storytelling e ancora prima con la strategia, in affiancamento al management di impresa, che ha nella reputazione il suo asset più importante.

Sono gli elementi chiave di una leadership culturale propria delle relazioni pubbliche e della mission di Assorel, organismo legittimo di rappresentanza e punto di riferimento per le imprese che operano sul mercato in modo distintivo nelle relazioni istituzionali, nell'attuazione del crisis management, nella costruzione della reputazione e del branding, nello sviluppo della strategia e del racconto verso tutti gli stakeholder, con un dna ormai permeato dal digitale, che è uno strumento e mai un 'fine'. Obiettivi di Assorel sono la tutela degli interessi delle imprese associate e il loro riconoscimento istituzionale e sociale per il miglioramento della qualità e della competitività della comunicazione negli interessi del mercato.

Per questo motivo Assorel ricerca e recepisce il cambiamento attraverso l'aggiornamento costante e la formazione, la creazione di standard di pianificazione e misurazione dei risultati, favorendo cultura e networking e partecipando al dibattito culturale e politico, sui temi dell'etica e della regolamentazione della gare, dei contratti di lavoro.

La 'soluzione' per tutta la industry invocata nell'ambito di Controverso deve essere espressione di una scelta collettiva, di umiltà, di riconoscimento reciproco e condivisione del sapere, attuata in modo consapevole da tutte le organizzazioni di rappresentanza legittimate come voce unitaria di ciascuna specializzazione, chiamata in modo identitario a comporre oggi il complesso mondo della comunicazione.