

## **Programma dell'associazione per il 2009-2011**

1. **Fronteggiare la crisi.** E' opinione diffusa nella società, nel mondo economico e nel panorama politico che la crisi recessiva sarà molto forte. L'Associazione, per farvi fronte, deve "fare sistema" ed essere forte, coesa ed autorevole soprattutto nei confronti del potere politico e della pubblica amministrazione. L'augurio è che le difficoltà economiche siano più lievi di quelle che vengono prospettate, ma è giusto prepararsi ad affrontare la severità del momento.
2. **Riposizionare l'Associazione, rivedere i costi.** I confini delle nostre arti e mestieri in tutto il mondo sono sempre più vicini e integrati. L'Associazione in questa ottica dovrà rivedere e mettere in discussione il modello delle Consulte e conseguentemente ridisegnare l'organizzazione della governance. Sul piano dei costi associativi dovrà essere rivisto l'onere finanziario per le quote e i canoni e analizzati i diversi servizi per verificare la loro effettiva validità.
3. **Allargare il contratto di lavoro.** L'Associazione rappresenta lo strumento più idoneo per allargare il contratto Assolombarda anche nel resto del territorio e ad aprire di conseguenza un dialogo anche con gli interlocutori istituzionali più accreditati sia per un maggior orientamento alla flessibilità e sia come strumento di rappresentanza nei confronti dei sindacati e del Governo per difendere e tutelare le istanze delle imprese del settore.
4. **Migliorare le gare private.** Perseguire le numerose e ottime iniziative adottate nel precedente mandato. Sono stati raggiunti obiettivi importanti per il comparto della pubblicità, ma c'è ancora molto da fare soprattutto per gli altri comparti. Inoltre sarà opportuno sollecitare le aziende a prendere coscienza della "scheda gara" e a spingere gli associati a denunciare le gare mal condotte.
5. **Rendere più professionali le gare pubbliche.** Proseguire il lavoro svolto egregiamente dal Presidente della Commissione Gare Pubbliche, Gianna Terzani, attraverso una pressione nei confronti del legislatore per individuare regole chiare ed evitare eccessi al ribasso anche attraverso nuovi strumenti legislativi come la presentazione di un disegno di legge ad hoc che tuteli le istanze della nostra categoria.
6. **Essere promotori di eventi di rilievo.** Expo 2015 rappresenta per tutti i comparti un'importante opportunità, una vetrina di prima eccellenza per la comunicazione e per gli eventi. L'Associazione deve saper instaurare un dialogo costruttivo con il Comune e accreditarsi come interlocutore puntuale, affidabile e soprattutto propositivo. Proprio in questa direzione sono auspicabili iniziative nuove e fuori dai tradizionali schemi; come l'ideazione di una "settimana della comunicazione", con eventi, presentazioni, dibattiti, per aprire il nostro settore al pubblico allargato.
7. **Continuare il dialogo con le altre associazioni.** Le difficoltà del momento obbligano l'Associazione a fare fronte comune anche con le altre associazioni del settore (Unicom, Assorel, il comparto comunicazione di Assolombarda, Iab e molte altre) e soprattutto intensificare la collaborazione con Fita e con Confindustria nella difesa dei legittimi interessi del comparto.
8. **Migliorare la riqualificazione, rivalutare la creatività italiana e sostenere la remunerazione.** La comunicazione rappresenta una grande arma al servizio della marca e del consumatore. Il valore deve essere riconosciuto nella dignità, nella creatività e nella remunerazione. L'ottenimento di una giusta remunerazione passa attraverso una rivalutazione della nostra professionalità da parte dei clienti. AssoComunicazione dovrà aprire un dialogo intenso con l'UPA per promuovere azioni coordinate verso questo obiettivo.
9. **Rafforzare le iniziative del precedente mandato.** A queste urgenze occorre aggiungere altre criticità specifiche che sono state oggetto di lavoro e dedizione di molti associati nel triennio appena passato: dal progetto gare (di cui sopra), alle problematiche dei mezzi che la Consulta Media sta trattando con autorevolezza con l'UPA, alla legge sulla privacy, al regolamento delle promozioni, alla necessità di una maggiore qualificazione professionale nel mondo degli eventi, alla presenza nelle diverse Audi e soprattutto Audiweb dove, e da sempre, l'Associazione è motore propositivo e protagonista, al convegno annuale, a quello che l'Associazione sta organizzando con UPA, a Comunicare Domani, egregiamente organizzato dal Centro Studi: tutte iniziative importanti e necessarie da continuare a portare avanti con dedizione e pragmatismo.