

Newsletter settembre 2007

ARTICOLI

IL RUOLO IMPORTANTE DELLA COMUNICAZIONE COME STRATEGIA DI SVILUPPO PER L'INDUSTRIA OLEARIA BISCEGLIESE

(a cura di Francesco Mansueto)

02/08/2007 - L'industria olearia del territorio nord barese, in particolar modo quello della zona biscegliese, con una produzione annua di circa 150.00 quintali di olive e di circa 34.148 quintali di olio è il comparto produttivo più importante. Uno sviluppo fondamentale e sostenuto, della vita in generale, registrato negli ultimi anni, non ha colpito questo settore, che ha saputo giocare quel ruolo da protagonista rincuorandosi nella comunicazione come esigenza fondamentale di sviluppo. Una informazione dettagliata che in parole povere ha dato quella giusta classificazione al prodotto definendo i gusti particolari di produzione dal sapore fruttato. Proprio questa caratteristica comunicativa, collegata alla saliente particolarità del comparto olivicolo biscegliese, e l'adozione di strategie orientate verso prodotti di elevata qualità destinati a specifici segmenti di mercato, ha dato la giusta attribuzione ad un prodotto che oggi viene quasi considerato "l'oro della Nostra Terra". L'olio extra vergine di oliva infatti rappresenta soltanto il 60% della produzione, mentre l'olio lampante rappresenta una non notevole produzione del comparto biscegliese, per cui all'interno della filiera olivicola biscegliese si sta favorendo una forte valorizzazione della base produttiva locale. Quindi la più spinta differenziazione è volta alla produzione di olio extra vergine e vergine, che implica un coinvolgimento di quasi tutta la filiera nell'ottica della qualità. Ed è proprio questa qualità che viene esaltata attraverso una buona comunicazione, un fattore su cui contano e puntano gli imprenditori biscegliesi. Un ruolo importante, inoltre, è proprio quello della conoscenza del mercato, che dopotutto è quello che condiziona le scelte produttive. Grazie a questa fonte importante nell'era della comunicazione e della informazione si è riscontrato come il consumo di olio sta cambiando negli ultimi anni, in quanto i consumatori nei loro acquisti presso la fase di produzione hanno non solo ridotto i quantitativi globalmente acquistati ma anche modificato le proprie abitudini, non concentrando più gli acquisti in un'unica soluzione (la classica damigiana) nel periodo di frangitura ma ricorrendo a numerosi acquisti per piccoli quantitativi frazionati nel corso dell'anno; ciò non ha comportato problemi per i produttori locali proprio perché fanno rete grazie alla comunicazione.

NOTIZIE

MASTER IN COMUNICAZIONE E GIORNALISMO MULTIMEDIALE A MILANO

29/09/2007 - Il Master in Comunicazione e giornalismo multimediale, che si terrà a partire dal 16 ottobre ogni martedì e giovedì (h. 19-22) presso la Civica scuola Cova in c.so Vercelli a Milano (MM linea 1 rossa), si svolge sotto l'Alto Patronato del Presidente della Repubblica, e con il Patrocinio del Dipartimento dell'informazione dell'editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri, del Ministero delle Comunicazioni, del Consiglio regionale della Lombardia, della Provincia e del Comune di Milano), e terminerà il 31 gennaio, per un totale di 120 ore (di cui 80 di didattica frontale in aula). Al termine verranno consegnati gli attestati, utilizzabili anche per il riconoscimento dei CFU universitari.

Oltre a docenti universitari, esperti di comunicazione e diritto dell'informazione, psicologi, sociologi, autori televisivi, e giornalisti, intervengono, tra gli altri, il sottosegretario di Stato alle Comunicazioni Luigi Vimercati, l'on. Elisabetta Gardini (giornalista, portavoce nazionale di FI), l'on. Maurizio Turco (Radicali), l'on. Giulietto Chiesa (giornalista, eurodeputato) e l'on. Maurizio Bernardo (sociologo, dirigente nazionale di FI). E' attesa anche la partecipazione del sottosegretario di stato alla Presidenza del Consiglio dei Ministri con delega per l'informazione e l'editoria on. Riccardo Franco Levi.

Il costo di iscrizione è di 900 euro (esente Iva). Per gli studenti universitari, in virtù delle convenzioni stipulate con l'Università degli Studi di Milano e con l'Università degli Studi di Bergamo, sono previste borse di studio a copertura parziale dei costi (il costo per gli studenti è di 500 euro, esente iva). Inoltre, è possibile ottenere la conversione del Master in Cfu da parte del proprio ateneo.

Dettagli sul Master, materie, docenti, orari e modalità di iscrizione su www.innovazioneculturale.it/corsi.asp?id=3

e www.innovazioneculturale.it/public/doc/3.Master1.pdf

Per ulteriori informazioni contattare la segretaria organizzativa: formazione@innovazioneculturale.it - Tel. 0287388237/0287391408 Fax 0270030075

RAABE PROPONE UN CORSO DI SCRITTURA DEDICATO ALLA NARRATIVA

29/08/2007 - L'associazione Raabe propone un corso di scrittura dedicato alla narrativa. Quattro mesi per approfondire i meccanismi e le tecniche della narrazione e per allenare l'orecchio alla lingua efficace ed espressiva.

il corso propone di approfondire e sperimentare le principali tecniche della scrittura narrativa, per consentire di costruire una solida e coerente impalcatura strutturale (romanzo o racconto). Grande importanza viene data alla efficacia e pulizia della lingua dell'autore, tramite un lavoro di editing in gruppo, condotto soprattutto nel quarto modulo.

E' prevista la lettura pubblica finale dei testi.

Un laboratorio in cui smontare e rimontare testi, modellare la lingua nel rispetto della voce dell'autore e scambiare esperienze e apporti all'interno del gruppo. Il corso è un primo serio approccio al mestiere di scrivere, ma è rivolto anche a chi vuole conoscere sé stesso, a chi guarda la realtà con gli occhi dello scrittore, a chi vuole comunicare con gli altri in maniera più armoniosa

Il laboratorio prevede: 16 incontri dal 13 ottobre 2007 al 16 febbraio 2008

il sabato dalle 10.00 alle 13.00. Il laboratorio è a numero chiuso (max 16 partecipanti). Per informazioni: www.raabe.it.

ATLAS SCEGLIE HOTWIRE PER COMUNICARE IN ITALIA

30/07/2007 – Hotwire, società internazionale di consulenza in relazioni pubbliche specializzata in aziende del settore tecnologia, è stata scelta da Atlas, azienda produttrice di soluzioni software e servizi per il marketing digitale, per la gestione delle attività di comunicazione in Italia.

Atlas – con sede a Seattle, USA – è leader nella fornitura di soluzioni per il marketing digitale e nel supporto ai propri clienti, siano essi agenzie, advertiser o editori. La sua esperienza nel campo rappresenta una chiave fondamentale per la comprensione delle performance dei media digitali dei clienti e fornisce loro strumenti per migliorare la bottom line, rendendo il marketing online più veloce e più redditizio.

L'obiettivo di Hotwire è quello di lanciare sul mercato italiano le soluzioni Atlas e di promuovere i suoi servizi attraverso una comunicazione media su ampia scala, per implementare il già ricco background di case history di successo. Le vincenti campagne di Hotwire includono sia programmi sul territorio italiano che progetti di respiro europeo, al fine di garantire la più completa copertura e rispondere alle necessità di Atlas con un approccio consulenziale.

“Atlas è leader nel campo delle soluzioni di marketing online e conta negli anni numerose case history di successo” afferma Elena Giffoni, director di Hotwire Italia. “Siamo entusiasti che Atlas ci abbia scelto per la comunicazione in Italia. Hotwire sta lavorando per pianificare e sviluppare una campagna studiata su misura e incentrata sui valori e sui punti di forza di Atlas, per sottolineare i vantaggi delle soluzioni di marketing digitale che essa propone.”

“La nostra Suite di Digital Marketing fornisce un menù completo di servizi studiati per assicurare alle campagne dei nostri clienti grande successo. Abbiamo scelto Hotwire per le nostre attività di comunicazione perché le sue caratteristiche sono perfettamente in linea con i nostri obiettivi di campagne di comunicazione concrete, attuabili e misurabili.” Afferma Massimo de Magistris, Italy country manager per Atlas.

NUOVO SITO WEB PER L'ASSOCIAZIONE STAMPA PARLAMENTARE

30/07/2007 - Anche l'Associazione stampa parlamentare ha un suo sito Internet istituzionale, raggiungibile all'indirizzo www.stampaparlamentare.it. Il nuovo website offrirà tutte le notizie e gli strumenti necessari per l'accesso dei giornalisti alle sedi istituzionali, ma sarà anche un "luogo virtuale dove dibattere i problemi legati al ruolo dell'informazione parlamentare e avvicinare i cittadini alle istituzioni". "Esistiamo da oltre un secolo, ci apriamo al futuro attraverso il web", ha sottolineato il presidente Pierluca Terzulli, sottolineando come la nuova iniziativa si inserisca nell'ambito del "processo graduale ma deciso di cambiamento e ammodernamento" portato avanti dall'Associazione. (Fonte: ADN Kronos)

FIRMATO IL CODICE MEDIA E SPORT

27/07/2007 - Combattere la violenza negli stadi ed assicurare un'informazione sportiva di qualità. Con questo obiettivo è stato firmato, presso il Ministero delle Comunicazioni, il “Codice media e sport” finalizzato all'autoregolamentazione dell'informazione sullo sport. La carta indica quali sono i comportamenti corretti per i giornalisti, soprattutto radiotelevisivi, in considerazione dell'insostituibile contributo che i mezzi di comunicazione di massa possono fornire per condannare la violenza legata agli eventi sportivi, in particolare quelli calcistici.

Al momento dell'insediamento della Commissione ministeriale il Presidente Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti Lorenzo Del Boca aveva offerto tutta la collaborazione affinché nascesse un Codice capace di mettere ordine in tutti quei

comportamenti esecrabili nel corso delle trasmissioni sportive radiofoniche e televisive. A tal fine Del Boca ha delegato il consigliere Dario De Liberato che, nella precedente legislatura, era coordinatore del gruppo di lavoro "Informazione e sport" a partecipare alle riunioni per l'elaborazione del Codice.

L'Ordine dei Giornalisti, superando non pochi ostacoli iniziali si è visto riconoscere gli emendamenti presentati in collaborazione con la Fnsi e l'Ussi, a cominciare dalla sottolineatura "dei diritti dei giornalisti di avere l'accesso più ampio alle fonti di informazione sportiva che non possono essere sottoposte a indebite restrizioni incompatibili con il diritto di cronaca".

Nel Codice sono richiamate la "Carta di Treviso" e la "Carta dei doveri del giornalista" e "vengono fatti salvi e ribaditi i doveri derivanti dalla legislazione sulla stampa, da quella sulle emittenti radiotelevisive e da quella sull'Ordine dei Giornalisti".

In tema di vigilanza viene ribadito, nell'art. 5, che il "controllo del rispetto del Codice è affidato all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni" ma, cosa estremamente importante come da richiesta della Presidenza dell'Ordine nazionale che "Le eventuali violazioni riguardanti i giornalisti vengono segnalate dall'Autorità delle comunicazioni all'Ordine professionale di appartenenza".

E tanto per essere chiari, il Codice all'ultimo comma dell'art. 6 che chiude il testo conferma che "Per i giornalisti eventualmente coinvolti le sanzioni sono quelle decise dall'Ordine professionale". Tutto ciò si è reso necessario ribadirlo senza mezzi termini e per evitare "interventi impropri di altri soggetti".

Il documento sarà discusso al prossimo Consiglio nazionale dell'Ordine dei giornalisti. Così come verrà sottoposto al parere delle commissioni Giustizia e Cultura per l'approvazione parlamentare. (Fonte: www.odg.it)

SOTTOSCRITTO IL CODICE DI AUTOREGOLAMENTAZIONE DELL'INFORMAZIONE SPORTIVA

26/07/2007 - Il Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti, la Federazione Nazionale della Stampa Italiana e l'Unione Stampa Sportiva Italiana hanno comunicato:

"Il Codice di autoregolamentazione dell'informazione sportiva è un atto di corresponsabilità importante e conferma che il giornalismo italiano è ben consapevole delle sue responsabilità e del suo ruolo sociale. Ordine, Fnsi e Ussi hanno partecipato in modo attivo alla definizione di una rete di regole che si propone di espellere finalmente dal sistema della comunicazione chi incita alla violenza. Il testo rispetta nel modo più completo il diritto-dovere di cronaca, ed anzi rimarca la necessità che ai giornalisti sia garantito l'accesso più ampio alle fonti dell'informazione sportiva. Al tempo stesso stabilisce con chiarezza che, in caso di eventuali violazioni delle norme che dovessero coinvolgere i giornalisti, sarà chiamato ad intervenire soltanto l'Ordine professionale, senza interventi impropri di altri soggetti. Meno positiva è l'indeterminatezza con la quale il Codice affronta il tema della conduzione delle trasmissioni sportive: restano ancora troppi varchi - nonostante le ripetute richieste di Ordine, Fnsi e Ussi - per programmi affidati a personale non qualificato dal punto di vista professionale e talvolta contiguo alle frange più pericolose del tifo. Le organizzazioni dei giornalisti italiani si attendono dai diversi editori una prova di responsabilità e confidano in una accurata vigilanza da parte delle autorità competenti. L'informazione continuerà a fare il suo mestiere, senza rinunciare al corretto esercizio critico". (Fonte: www.odg.it)

ANUNCIATI I VINCITORI DEL PREMIO TARGA D'ORO DELLA COMUNICAZIONE

23/07/2007 - L'attenzione al talento rappresenta la strada maestra verso l'eccellenza: la capacità di far emergere talenti e dargli la possibilità di affermarsi sono indissolubilmente legate allo sviluppo del settore.

Il Premio Targa d'Oro della Comunicazione Italiana, promosso dall'Associazione "Fondazione Mario Bellavista" e giunto quest'anno alla XXII edizione, ha evidenziato il talento tra i cinquecento lavori presentati con l'assegnazione di otto Diamond Award e cinquantasette Targhe d'Oro. Sul sito www.targaoro.com l'elenco completo dei vincitori.

L'edizione 2007 del Premio ha scelto di conferire, accanto alle storiche Targhe d'Oro, anche il Diamond Award come massimo riconoscimento e, in questa rinnovata veste, ha avuto un riscontro molto positivo: centoundici agenzie e aziende (+8% rispetto al 2006) si sono iscritte al Premio.

La Targa d'Oro è stata assegnata ai vincitori di ogni categoria mentre l'introduzione del Diamond Award, unico Premio di sezione, ne ha confermato il valore aggiunto e sottolineato la volontà di incentivare a trecentosessanta gradi il talento e l'eccellenza del settore della Comunicazione. L'articolazione in nove differenti sezioni permette di coprire tutto il mercato, cogliendo il settore nel suo insieme.

La massima trasparenza è garantita dalle giurie, costituite da membri designati unicamente dalle ventiquattro Associazioni di categoria che patrocinano il Premio.

I Diamond Award e le Targhe d'Oro, assegnati dalla giuria, verranno consegnati ai vincitori nel mese di ottobre durante una serata all'insegna del talento e dell'eccellenza a cui saranno invitati i Presidenti delle Associazioni patrocinanti, i giurati designati, i rappresentanti delle agenzie e delle aziende vincitrici e gli opinion leader del settore.

L'Associazione Fondazione Mario Bellavista assegnerà quest'anno un riconoscimento particolare, lo "SPECIAL DIAMOND AWARD 2007", ad aziende o personaggi che hanno dato valore aggiunto al settore comunicazione e marketing in Italia.

Nove le sezioni in cui è suddiviso il Premio: Advertising, Stampa tecnica e Stampa specializzata, Promozione / Eventi, Retail e In-store merchandising, Marketing diretto, Relazioni pubbliche, Web / Interactive ADV / Digital Interactive action / CD – DVD, Corporate identity e Packaging.

Le ventiquattro Associazioni patrocinanti: AAPI, ACPI, AFIP, AIAP, AIDIM, AISM, ANES, APP, ASAL, Associazione Comunicazione Pubblica, Assocomunicazione, Assodigitale, Assorel, Assovisual, Ferpi, IAB, Inter.Media, Movimento Consumatori, Popai Europe – Italia, Tau Visual, TP, UNICOM e UPA.

FB COMUNICAZIONE ENTRA IN ASSOREL

23/07/2007 – A conferma di una tendenza consolidata ormai da alcuni anni, si sviluppa Assorel correndo in parallelo al mercato delle Relazioni Pubbliche, e si rafforza ulteriormente la rappresentatività dell'Associazione delle agenzie di Relazioni Pubbliche, con l'ingresso di Fb comunicazione, guidata da Fabio Bistoncini, che amplia la compagine delle società operanti nella capitale. "L'ingresso di una società che ha la competenza di Fb comunicazione nelle relazioni istituzionali e non solo, darà valore al dibattito interno, anche grazie alla consolidata esperienza associativa di Fabio Bistoncini – ha commentato il Presidente Assorel - Furio Garbagnati. L'incremento del mercato registrato dalla recente Indagine Assorel ci pone nuovi e più ambiziosi traguardi e obiettivi che potremo meglio affrontare anche grazie a un'Associazione rappresentativa, compatta e dinamica come è oggi Assorel."

Fb comunicazione nasce nel 1996 con Fabio Bistoncini e Francesco Schiltzer per creare una società specializzata nelle relazioni istituzionali e cioè nel public affairs e nel lobbying.

La mission di Fb è quella di sviluppare, consolidare sistemi di relazione per i propri clienti, e al tempo stesso di influenzare, modificare, rafforzare opinioni e scelte del decisore pubblico per nuove occasioni di crescita e di sviluppo.

L'organizzazione di Fb comprende attualmente dodici persone guidate dai due partner di Bistoncini: Paola Perrotti che, oltre alla supervisione di alcuni dei più importanti progetti si occupa della definizione delle strategie e della gestione e dello sviluppo delle risorse umane e

Vincenzo Aprile che è responsabile di tutti i clienti della issue copyright e proprietà intellettuale e dei programmi di formazione e aggiornamento.

“Fb Comunicazione è lieta di aderire ad Assorel e consideriamo questa una tappa necessaria per la nostra crescita professionale” afferma Fabio Bistoncini, Amministratore di Fb Comunicazione. “Così come ho sempre ritenuto fondamentale l'arricchimento professionale attraverso la partecipazione alle attività della FERPI, sono convinto che Assorel sia

l'Associazione giusta a cui partecipare per accrescere il patrimonio culturale della nostra società attraverso un fattivo scambio di esperienze con i più qualificati colleghi italiani nell'ambito delle Relazioni Pubbliche.”

LAST MINUTE TOUR E KORA PRESENTANO IL PRIMO SOCIAL NETWORK ITALIANO DEDICATO AI VIAGGI

23/07/2007 - Nell'ottica della rapida evoluzione che internet sta vivendo con il passaggio al web 2.0, ecco che nasce il primo social network italiano dedicato al mondo dei viaggi.

Condivisione è la parola d'ordine per gli utenti che popolano i social network, nuovi luoghi di ritrovo virtuali nei quali incontrare persone che condividono gli stessi interessi e passioni.

Traveland.tv, il social network dei viaggiatori, si configura come un luogo virtuale nel quale gli utenti hanno la facoltà di condividere i propri video associandoli ad una destinazione geografica.

Lo scopo è costruire una community quale luogo per lo scambio delle proprie esperienze di viaggio.

Ogni utente dispone di un proprio profilo che prevede la messa online dei dati personali atti a distinguerlo come unità univoca all'interno del social network.

I video costituiscono i contenuti che l'utente condivide con gli altri attori della community e con i visitatori dello stesso; lo stesso utente ha la facoltà di individuare e scegliere un insieme di contatti con i quali intende interagire con maggiore frequenza.

I video vengono caricati seguendo due criteri e parametri:

- meta, su base geografica
- tipologia, villaggio, viaggio di nozze, etc.

Ogni utente ha la possibilità di ricercare all'interno di traveland.tv i filmati di proprio interesse utilizzando gli stessi criteri di archiviazione: è possibile inoltre commentare e votare ogni singolo video favorendo in tal modo una sua maggiore visibilità attraverso la graduatoria espressa con la classifica.

Gli utenti hanno inoltre la possibilità di creare nuovi canali tematici per i quali produrre contenuti.

L'interfaccia grafica di traveland.tv è intuitiva e tale rendere estremamente facile l'operazione di caricamento dei contenuti video (qualsiasi tipologia di formato).

Last Minute Tour, uno dei maggiori operatori italiani specializzati nella commercializzazione di pacchetti turistici, voli e hotel, ha sposato con entusiasmo il progetto di traveland.tv di cui è main sponsor, proprio per la convinzione che si tratti di un'idea innovativa e dalle considerevoli potenzialità di sviluppo.

Dice l'amministratore unico Gianpiero Manzone: "Questa nuova web community sarà un ottimo strumento per i clienti di Last Minute Tour per confrontare le diverse esperienze di viaggio e per ottenere informazioni dirette sulle varie località, non solo un modo divertente per condividere le proprie esperienze di viaggio. Traveland.tv diventerà il "consigliere" numero uno per chi ama viaggiare e andare alla ricerca di luoghi suggestivi, divertenti oppure rilassanti, in un solo e semplice click."

Kora, interactive agency specializzata in progetti digitali multicanale, ha ideato e progettato un social network, un luogo online dove l'utente può condividere, con gli altri utenti, i video realizzati durante i propri viaggi.

A cura di Kora la realizzazione del logo Traveland che si ispira al simbolo del boomerang, un simbolo "primitivo", metafora del viaggio avventuroso in territori sconosciuti.

L'attualizzazione del simbolo attraverso un trattamento grafico tridimensionale permette di ottenere una forma che richiama sia la sagoma del mouse che la freccia Play per la visualizzazione dei video online.

Inoltre la tipica parabola che il boomerang definisce nell'aria suggerisce e sottolinea la peculiarità propria di una community: lanciare un "messaggio" e attendere le "risposte" dalla rete.

A COM-PA TORNA IL "PREMIO OBIETTIVO COMUNICAZIONE"

20/07/2007 - A COM-PA, il Salone Europeo della Comunicazione Pubblica e dei Servizi al Cittadino e alle Imprese (Bologna 6, 7 e 8 novembre 2007) torna il "Premio Obiettivo Comunicazione". Nell'Anno europeo delle Pari Opportunità per tutti e in linea con i temi affrontati all'interno del Salone, i partecipanti sono chiamati a cimentarsi nella ideazione di un progetto di comunicazione.

Quattro le aree tematiche sulle quali i giovani comunicatori, cui è riservato il premio, potranno sviluppare progetti: la sensibilizzazione del cittadino alle problematiche legate alla discriminazione; l'affermazione di un rapporto paritario tra il cittadino e le Istituzioni; le pari opportunità intese in varie declinazioni (genere, etnia, sociale, religione, handicap, età o tendenze sessuali); l'accrescimento nei cittadini, della consapevolezza dei propri diritti in materia di pari! tà di trattamento. Gli studenti in scienze della comunicazione e discipline affini dovranno - singolarmente o in gruppi - presentare i loro progetti attraverso una scheda descrittiva, una presentazione in power point, materiale grafico, audio-visivo o per il web.

Il termine ultimo entro il quale inviare gli elaborati è il 15 ottobre 2007. I migliori 5 progetti valutati da una giuria di esperti saranno presentati a COM-PA mercoledì 7 novembre. La Giuria assegnerà in quella occasione: il "Premio Obiettivo Comunicazione" al miglior lavoro presentato; il "Premio Creatività" al progetto più originale e il "Premio Praticamente" al progetto più attuabile nella specifica realtà di riferimento.

Le istruzioni per partecipare ai concorsi trovano nell'apposita sezione del sito www.compa.it, dove verranno anche pubblicati tutti i progetti in concorso.

ANALISI ASSOREL 2006 - ANDAMENTO DI MERCATO DELLE RELAZIONI PUBBLICHE

18/07/2007 - Incremento a due cifre del mercato delle Relazioni Pubbliche rappresentato dalle agenzie associate che aumentano il fatturato onorari del 12% nel 2006 e superano i 117 milioni di Euro.

Cresce l'occupazione tra i soci che si avvicinano ai 1.000 addetti.

Servizi, Eventi e Comunicazione Ambientale i segmenti più dinamici mentre si confermano al top degli investimenti il Largo Consumo, la Finanza/Assicurazioni, Hi-tech e le attività di Media Relations.

Positive le previsioni per il 2007.

Ancora una performance di fatturato superiore alle attese per le agenzie di Relazioni Pubbliche per il mercato che fa riferimento al giro d'affari sviluppato dalle 50 agenzie associate ad Assorel. Pur provenendo da un significativo + 8% dello scorso anno rispetto a quello precedente, l'indagine annuale che l'Associazione ha rilevato attraverso i propri Associati ha registrato un ulteriore balzo in avanti dei fatturati onorari sviluppati dai Soci Assorel con un incremento del 12% nel 2006 verso il 2005.

Il dato positivo, per quanto atteso dagli indicatori di recenti ricerche di settore, per altro con incrementi più contenuti, sottolinea la capacità delle agenzie associate di saper cogliere meglio di altri le opportunità offerte dal mercato.

In crescita anche l'occupazione tra i Soci Assorel che impiegano 946 addetti, i quali sviluppano in media un fatturato pro-capite di 124.000 Euro annui.

Fiducia per quanto riguarda le previsioni per l'andamento del mercato per il 2007.

Il 57% delle agenzie prevede ancora un incremento di fatturato per la propria attività, in molti casi a due cifre, mentre il 30% indica stabile la previsione del fatturato 2007 e per l'andamento di mercato, indicato in ulteriore sviluppo nel 54% delle risposte e a "crescita zero" nel 43% dei rispondenti.

Soddisfazione è stata espressa da Furio Garbagnati, Presidente Assorel che ha dichiarato: "Ci aspettavamo un risultato positivo anche se ci confrontavamo con una già consistente crescita dell'anno precedente. E' una performance che conferma come le Relazioni Pubbliche fanno parte ormai stabilmente degli investimenti di un sempre maggior numero di imprese e rientrano nelle strategie di comunicazione del management delle aziende. Tengo a sottolineare come il fatturato complessivo sviluppato dalle agenzie associate cresca in modo più consistente della media di mercato che era stata indicata da altre ricerche in un intorno

del +4/5%, a conferma che sempre di più le imprese sono orientate alle strutture in grado di rispondere con professionalità ai loro bisogni. Siamo confortati anche dalle previsioni positive che scaturiscono dall'indagine per il 2007, sebbene siamo consapevoli che per raggiungerli e superarli dovremo continuare a perseguire gli obiettivi di qualità che l'Associazione e i suoi Associati si sono prefissi negli anni a venire."

Per quanto riguarda la suddivisione delle Aree professionali, si conferma la leadership delle Media Relations, una rilevante crescita dell'organizzazione degli Eventi e , sia pure su valori assoluti inferiori, della Comunicazione Ambientale.

Incremento omogeneo per i settori merceologici, all'interno dei quali si segnala la crescita dei Servizi, la conferma dei top spender, Industria Alimentare, Finanza/Assicurazioni e l'Hi-tech mentre si contraggono gli investimenti della Pubblica Amministrazione.

Assorel è l'Associazione Italiana delle Agenzie di Relazioni Pubbliche a servizio completo, fondata nel 1982 che raggruppa 51 tra i maggiori operatori del settore in Italia e aderisce a Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici, ICCO e Pubblicità

Progresso. Le strutture operative dei soci Assorel sono presenti a Torino, Milano, Brescia, Udine, Ferrara, Genova, Bologna, Roma e Pescara.

GSA PATROCINA "1MILLION4DISABILITY"

12/07/2007 - Sono oltre 200.000 le firme finora raccolte a sostegno della campagna "1million4disability" (www.1million4disability.eu) lanciata lo scorso 23 gennaio dall'European Disability Forum (EDF), che punta a raccogliere un milione di firme nei vari Paesi dell'Unione Europea entro il 30 settembre 2007, in favore di una legislazione condivisa che combatta la discriminazione e i pregiudizi contro gli oltre 50 milioni di cittadini europei con disabilità.

"È ancora tanto il cammino per raggiungere questo traguardo così, per stimolare una maggiore partecipazione dei media e dei cittadini, GSA (Giornalisti Specializzati Associati - www.gsaitalia.org) ha deciso di patrocinare l'iniziativa e unire le forze dei suoi associati per promuoverla, affinché sempre più persone aderiscano alla campagna diffondendo la notizia o firmando il relativo modulo", ha dichiarato Roberto Bonin, Presidente Nazionale di GSA.

"Lavoreremo tutti insieme - ha continuato Simona Petaccia, Presidente GSA per il Centro Italia - al fine di realizzare quanto espresso dal sottotitolo della campagna: "Facciamo in modo che la discriminazione sulla base della disabilità diventi storia passata". Questo perché crediamo nel proposito di stimolare la Commissione Europea ed il Parlamento Europeo alla stesura di una direttiva trasversale alla Convenzione ONU contro la discriminazione verso le persone con disabilità, in ogni circostanza della loro vita".

I dettagli della campagna che si concluderà il 4 ottobre 2007 con la consegna delle firme raccolte al Presidente della Commissione Europea ed al presidente del Parlamento Europeo sono i seguenti:

· Traduzione italiana dei propositi (.pdf)

<http://www.1million4disability.eu/admin/wysiwyg/assets/pdf/declaration/IT.pdf>

· Modulo per la raccolta firme (.pdf)

<http://1million4disability.horus.be/admin/wysiwyg/assets/pdf/signature/IT.pdf>

Per maggiori informazioni, rivolgersi all'EDF (European Disability Forum) attraverso i seguenti recapiti: Rue du Commerce, 39/41 - B - Brussels; Tel: 0032 2 2824600; Fax: 0032 2 2824609; E-mail: info@edf-feph.org (Rif. GSA 2007); Sito Web: www.edf-feph.org.

Per contattare GSA, scrivere un messaggio e-mail alla c.a. di Simona Petaccia attraverso l'indirizzo elettronico abruzzo@gsaitalia.org.

BORIS BIANCHERI VINCE LA VI EDIZIONE DEL "PREMIO GRINZANE CAVOUR - ALBA POMPEIA"

12/07/2007 - Boris Biancheri, Presidente dell'Ansa e autore di narrativa e di saggi di politica internazionale, è il vincitore della VI edizione del Premio Grinzane Cavour – Alba Pompeia, organizzato dal Premio Grinzane Cavour, d'intesa con la Città di Alba e il Comitato Alba-Premio Grinzane Cavour e con il contributo della Fondazione Cassa di Risparmio di Cuneo.

La notizia del premio a Boris Biancheri è stata data nel corso della conferenza stampa tenutasi venerdì 5 luglio presso la sede del Consiglio Regionale del Piemonte, a Torino. Sono intervenuti Davide Gariglio (Presidente del Consiglio Regionale del Piemonte), Vincenzo Chieppa (Consigliere Segretario Consiglio Regionale del Piemonte), Piercarlo Rovera (Comitato Alba - Premio Grinzane Cavour), Giuseppe Rossetto (Sindaco di Alba), Ivana Miroglio (Assessore Servizi

Culturali, Istruzione, Politiche Giovanili città di Alba), Stefano Bellu e Antonella Cavallo del Premio Grinzane Cavour.

A Boris Biancheri, insigne diplomatico che ha rappresentato l'Italia in diverse parti del mondo, viene riconosciuto il merito di aver promosso, valorizzato e difeso il paesaggio e il territorio, attraverso l'impegno civile e la sua opera letteraria, intesi prima di tutto come luoghi del sentire umano e come testimonianze di un'appartenenza, in modo particolare al paesaggio ligure.

Membro della giuria del Premio Grinzane Giardini Botanici Hanbury, Biancheri ha ricevuto il Super Premio Grinzane Cavour – sezione narrativa italiana per la raccolta di racconti *Il ritorno a Stomersee* (Feltrinelli, 2002), che con una prosa limpida e ritmata ricostruisce tre situazioni esistenziali in tre diversi angoli del mondo.

Il Premio Grinzane Cavour - Alba Pompeia nasce con l'intento di contribuire alla salvaguardia del paesaggio e del territorio, intesi soprattutto come custodi delle culture.

L'iniziativa assegna un riconoscimento a persone, enti o istituzioni nazionali e internazionali che si sono distinti per il loro impegno nella promozione e nella valorizzazione dei territori culturali in diversi ambiti: dalla letteratura all'arte, dal giornalismo all'architettura, dalla creatività alla cultura materiale.

La cerimonia di premiazione si terrà sabato 20 ottobre 2007, presso il Teatro Sociale di Alba.

Le precedenti edizioni del Premio Grinzane Cavour - Alba Pompeia sono state vinte dalla scrittrice inglese Joanne Harris (2002), dalla regista Liliana Cavani (2003), dallo scrittore Mario Rigoni Stern (2004), dall'architetto Mario Botta (2005) e dal biblista Monsignor Gianfranco Ravasi (2006).

La partecipazione della Città di Alba a questo evento conferma il forte interesse della capitale delle Langhe verso iniziative capaci di far risaltare i legami tra territorio e cultura.

Il Premio rientra a pieno titolo fra le iniziative del Parco Culturale del Premio Grinzane Cavour, un progetto sostenuto dalla Regione Piemonte, volto a valorizzare luoghi letterari e storici, beni paesaggistici e architettonici del Piemonte e di altre zone d'Italia.

MASTER IN CRITICA GIORNALISTICA

06/07/2007 - Dopo il successo ed il numeroso consenso da parte degli studenti dei maggiori atenei italiani, l'Accademia Nazionale d'Arte Drammatica "Silvio D'Amico" di Roma, propone una seconda edizione del master in critica giornalistica di teatro, cinema televisione e musica, che prevede inoltre, grazie alla peculiarità degli insegnamenti previsti e all'alta professionalità dei docenti impiegati, la specializzazione nella gestione ed organizzazione degli uffici stampa dello spettacolo, che quest'anno prevede l'assegnazione di tre borse di studio.

Il Master ha l'obiettivo di formare le nuove generazioni di giornalisti ed addetti stampa (del resto il ruolo è perfettamente speculare), che vogliono occuparsi di cultura e spettacolo, fornendo non solo delle solide basi teoriche ma anche un importante imprinting sul piano pratico il tutto è possibile grazie all'impiego di un corpo docenti costituito da validi ed affermati professionisti del mondo dell'informazione, afferenti dalle maggiori realtà giornalistiche del Paese.

I partner sono: Rai Net, Ufficio Stampa del programma televisivo "Bike & Horse" (Rai Tre), Ufficio Stampa del programma televisivo "L'Italia dei Porti" (Rai Due), PaesiOnline.it (Guida Viaggi di Alice.it - Telecom Italia, e di Quotidiano.net - La Nazione, Il Giorno, Il Resto del Carlino), TGCinema, Taxi Channel (SKY 863), Roma One.

Tutti gli allievi potranno fin dalle prime lezioni d'aula inizieranno un tirocinio giornalistico che gli permetterà di sperimentarsi, fin dall'inizio del corso, nell'attività giornalistica, seguendo, con appositi accrediti stampa, eventi, manifestazioni, spettacoli e proiezioni nei maggiori teatri e sale cinematografiche del nostro Paese, sarà inoltre possibile seguire le conferenze stampa per le anteprime TV di Rai e Mediaset, il tutto in perfetta sintonia con la nostra convinzione che un mestiere lo si impara sul campo, vivendolo e sperimentandolo quotidianamente.

A tutti gli allievi verrà garantito un ulteriore periodo tirocinio giornalistico di tre mesi (a partire dalla fine del master) presso la testata giornalistica nazionale di cultura ed informazione "Recensito" (www.recensito.net), per gli allievi più meritevoli, saranno vagliate eventuali possibilità di stage.

Il master ha una durata di tre mesi a partire da metà Novembre 2007, le lezioni si svolgeranno il giovedì e venerdì in fascia pomeridiana ed il sabato di mattina.

Gli interessati, potranno prendere visione del Bando di Concorso che regola l'accesso al master e stabilisce le procedure d'iscrizione, consultando il sito ufficiale del corso all'indirizzo: www.criticagiornalistica.it

Il bando è inoltre pubblicato nella sezione "Bandi di Concorso" del portale dell'Accademia Nazionale d'Arte Drammatica "Silvio D'Amico" www.silviiodamico.it

Il termine di chiusura delle iscrizioni è fissato per il 13 ottobre 2007.

Per informazioni specifiche scrivere a info@criticagiornalistica.it o chiamare il mobile call center al numero 340 2995425.

XII° EDIZIONE 2007 " PREMIO GIORNALISTICO VAL DI SOLE - TRENTINO"

03/07/2007 - Gianni Riotta, Direttore del Tg1, è il vincitore delle XII° edizione del Premio Giornalistico Val di Sole - Trentino ".

La giuria presieduta da Albino Longhi, ha assegnato gli altri premi a Giampaolo Visetti corrispondente da Mosca di "La Repubblica", Barbara Serra giornalista di "Al Jazeera" e Paolo Longo corrispondente Rai da Pechino.

La cerimonia di premiazione si svolgerà venerdì 3 agosto alle ore 21.00, presso il Centro Congressi "Alla Sosta dell'Imperatore" di Folgarida di Dimaro. A condurre la serata sarà come da tradizione Oliviero Beha.

Nelle precedenti edizioni il Premio Val di Sole è stato assegnato a Piero Ostellino, Ferruccio De Bortoli, Candido Cannavò, Piero Angela, Enzo Biagi, Enrico Mentana, Emilio Giannelli, Natalia Aspesi, Gian Antonio Stella, Joaquin Navarro-Valls, Giampaolo Pansa.

LETTI PER VOI

RECENSIONE DEL LIBRO "I FONDAMENTI DEL GIORNALISMO - CIO' CHE I GIORNALISTI DOVREBBERO SAPERE E IL PUBBLICO DOVREBBE ESIGERE" DI B. KOVACH E T. ROSENSTIEL

04/08/2007 - Un'inchiesta su uno dei più scottanti temi degli ultimi anni che non riguardano solo gli operatori del mondo dell'informazione: i rapporti tra giornalismo e potere.

Due importanti esponenti del giornalismo internazionale come Bill Kovach, Presidente del Committee of Concerned Journalists, e Tom Rosenstiel, Responsabile del Project for Excellence in Journalism, affrontano questo delicato problema in modo assolutamente obiettivo e distaccato, assumendo il ruolo del lettore anziché quello del giornalista.

Non solo rapporti tra giornalismo e potere, ma anche spettacolarizzazione della notizia e influenza della pubblicità sul mondo dell'informazione; argomenti che

hanno fatto, fanno e faranno discutere ancora per molto tempo e che hanno infranto il muro di credibilità di eminenti testate giornalistiche.

Grazie a una ricerca condotta su 300 giornalisti e 3.000 lettori, emergono i "principi fondamentali del buon giornalismo": punti essenziali (e irrinunciabili) della più bella professione del mondo.

Libro assolutamente imperdibile per tutti coloro che vogliono fare il mestiere di giornalista, e vogliono farlo bene!

RECENSIONE "INDRO MONTANELLI - BIBLIOGRAFIA 1930 - 2006"

01/07/2007 - Il volume riporta la bibliografia completa delle opere di Indro Montanelli e dei saggi critici a lui dedicati. La rassegna bibliografica repertoria articoli, saggi, reportage, libelli, teatro e la produzione di racconti e romanzi - oltre la storia editoriale della "Storia d'Italia" - del giornalista dal suo primo scritto - apparso nel 1930 sul "Frontespizio" - agli scritti postumi - dicembre 2006. Un indice finale dei nomi completa il volume.

Più che un libro è un omaggio al lavoro di una vita. E la vita non è quella di un giornalista qualsiasi, ma quella del "Maestro" Indro Montanelli. Un'opera indispensabile per tutti coloro che amano il giornalismo e che hanno amato o odiato la penna graffiante del famoso reporter e scrittore toscano.

Sfogliando quest'opera ci si rende davvero conto di quanto "grande" fosse il genio di Montanelli e di quanto immenso sia il suo lavoro giornalistico ed editoriale.

Utilissimo per tesi di laurea, ma assolutamente indispensabile per librerie, biblioteche e scuole di giornalismo. Un tesoro da tenere e conservare con cura.

OFFERTE DI LAVORO

25/08/2007

Selezioniamo giovani neolaureati (esclusivamente con anno di laurea 2005, 2006, 2007) nei seguenti indirizzi e/o corsi di Laurea: Scienze della Comunicazione, Editoria e Giornalismo, Nuovi Media, Lettere, Filosofia, Sociologia della Comunicazione, Dams e affini, da avviare allo svolgimento di attività giornalistica nel settore dello spettacolo (teatro, cinema, musica, TV, critica, gossip) per nuova realtà editoriale a tiratura nazionale (cartacea e online). Età massima richiesta 28 anni, non necessita esperienza pregressa. Si richiede curriculum, in formato europeo preferibilmente corredato da foto. Il materiale potrà essere inviato a mezzo posta elettronica a: durante.recruiting@tiscali.it

19/08/2007

Offro per giornale d'inserzioni economiche di Bolzano e provincia, il ruolo di direttore al marketing, con guadagni sicuramente interessanti e superiori alla media. Contatti: loccasione@tele2.it

01/08/2007

L'associazione Contrariamente di Palermo cerca giovani giornalisti per la redazione di un nuovo giornale di inchiesta già registrato presso il Tribunale di Palermo. Indispensabile la residenza a Palermo o provincia. Inviare candidature a: laurabardi@hotmail.it

17/07/2007

Aspiranti pubblicisti per periodico di informazione settore hair-beauty regionale (Campania) "Parrucchieri Campani". Inizialmente non è prevista alcuna retribuzione. Si garantisce, ai fini del praticantato, il rilascio della documentazione necessaria per l'iscrizione all'Albo Nazionale dei Giornalisti Elenco Pubblicisti. Il riconoscimento degli articoli necessari per poter presentare la pratica, avrà inizio solo dopo un periodo di collaborazione continuativa di 3 mesi.

Saranno esaminate solo le candidature provenienti dalla regione Campania corredate da un articolo di 1.000 battute. L'articolo dovrà riguardare una intervista o una manifestazione di parrucchieri della Provincia di provenienza (Napoli, Avellino, Caserta, Benevento, Salerno). Inviare curriculum e articolo con autorizzazione trattamento dati a: liberato.marino@alice.it. L'articolo potrà essere inviato utilizzando lo spazio dedicato alla lettera di presentazione. Per info: liberato.marino@alice.it

11/07/2007

Il Pianeta Sport Assisi per ampliamento redazione ricerca nuovi collaboratori. Si richiede passione per lo sport, capacità nello scrivere e tanta voglia di crescere insieme. Indispensabile la residenza nei dintorni del comune di Assisi per poter seguire gli eventi. Per informazioni mandare un'email a info@fmtadv.it.

04/07/2007

L'Agenzia di Stampa iFatti cerca giornalisti professionisti disoccupati esperti in cronaca giudiziaria.

La ricerca è finalizzata a persone capaci di scrivere di fatti di cronaca da Procure della Repubblica, Uffici Antimafia e Criminalità, Aule di Tribunale, Uffici provinciali del Lavoro delle città di Milano, Roma e Napoli. Gli interessati devono dare la propria disponibilità e inviare il curriculum vitae al seguente indirizzo e-mail: segreteria@ifatti.com

UN LINK AL MESE

FERPI

FEDERAZIONE RELAZIONI
PUBBLICHE ITALIANA

Il sito web di FERPI (www.ferpi.it)

www.piccoligiornalisti.it