

## Marketing di relazione



**VITTORIO ROSSINI**

ESPERTO DI MARKETING E COMUNICAZIONE, HA LAVORATO COME RICERCATORE E DOCUMENTALISTA PER CONTO DI AZIENDE PRIVATE, GRUPPI EDITORIALI ED ENTI PUBBLICI.

# IN PRIMA LINEA VERSO L'EXPO

MENTRE LE STRUTTURE ADERENTI CONTINUANO AD AUMENTARE, LA CONSULTA EVENTI DI ASSOCOMUNICAZIONE PROSEGUE LE TRATTATIVE PER COGLIERE LE OPPORTUNITÀ OFFERTE DA EXPO 2015.

Crescita della credibilità presso l'utenza, rafforzamento – dovuto alla recente adesione di nuove strutture specializzate – dell'organismo di rappresentanza, avanzamento delle trattative finalizzate a instaurare una positiva collaborazione fra l'organismo stesso, ovvero la Consulta Eventi di AssoComunicazione, ed Expo 2015. Per il comparto degli eventi prosegue il momento favorevole, evidente nel 'sentiment' del mercato e nel fatto che esso è da anni fra quelli più gratificati da un'utenza alla ricerca di soluzioni alternative e meno legate ai retaggi di un passato sempre più obsoleto; per quanto concerne una precisa quantificazione delle suddette sensazioni, ricordiamo che essa deve essere temporaneamente rimandata, visto che nell'edizione del 2011 del rapporto 'Comunicare Domani' AssoComunicazione ha preferito non inserire le singole discipline del marketing di relazione, in sintonia con un percorso evolutivo che fra i suoi effetti ha anche quello di rendere necessario "un radicale ripensamento delle classificazioni fin qui impiegate".



ALESSANDRA LANZA,  
PRESIDENTE DELLA  
CONSULTA EVENTI DI  
ASSOCOMUNICAZIONE.

Come accennato, parallelamente allo sviluppo del settore cresce anche la forza associativa: il recente ingresso di GSW Worldwide ha portato a sei il numero delle agenzie che hanno aderito alla Consulta Eventi nella seconda parte dell'anno in corso. "Per noi ogni nuova adesione è un fatto di grande importanza", sottolinea Alessandra Lanza, presidente della Consulta Eventi, "in quanto accresce la nostra rappresentatività e si traduce in nuove e concrete opportunità di incidere positivamente sul mercato. Abbiamo bisogno dell'impegno di tutti per portare avanti il nostro programma in questo momento cruciale che ci vede impegnati tanto con le aziende quanto con le istituzioni, in primis con Expo 2015. I nostri principali obiettivi, da portare a termine entro la fine dell'anno, sono infatti la condivisione di un manifesto d'intenti tra agenzie e aziende e la collaborazione dell'associazione con Expo 2015. Significativo, sotto questo aspetto, è stato il recente incontro con Alberto Mina e Massimiliano Perri, rispettivamente Responsabile affari istituzionali ed eventi e Responsabile programmazione eventi di Expo 2015".

"La Consulta", conclude Alessandra Lanza, "è in prima linea per cogliere e condividere con i clienti, ovvero i big spender del mercato, le opportunità che offrirà l'Expo, in virtù di un accordo di collaborazione – al quale stiamo lavorando già da tempo – tra la società di gestione e la nostra associazione".

Tornando alla citata crescita del numero di associati e ai suoi positivi riflessi, è eloquente la motivazione con cui Alessandra Toscano, Amministratore delegato di GSW Worldwide, ha spiegato la decisione di entrare a far parte della Consulta: "Abbiamo fatto questa scelta perché un'agenzia internazionale come la nostra aveva bisogno di collaborare con le imprese più importanti del settore, al fine di sviluppare insieme sinergie e strategie comuni e di migliorare i servizi offerti, all'insegna della massima qualità e professionalità".