

Key Facts

VNA

Aziende della
Comunicazione
Unite





VNA

Aziende della
Comunicazione
Unite

INDICE

STORIA E NUMERI	4
ORGANIGRAMMA	5
PRINCIPI E VALORI	6
PERCHÈ ASSOCIARSI?	7
LE TERRITORIALI	8
GLI HUB	9
IL CENTRO STUDI	10
UNA FORMA	11
I PREMI	12
SERVIZI ASSOCIATI	13
LE SFIDE DELL'ASSOCIAZIONE	14

Storia

UNA, Aziende delle Comunicazione Unite, nasce nel 2019 per incorporazione di ASSOCOM e UNICOM e da aprile 2020 anche con ASSOREL.

Obiettivo di UNA è rappresentare una nuova, innovativa e unica realtà in grado di rispondere alle ultime esigenze di un mercato sempre più ricco e in fermento. Un progetto importante per dare vita ad una realtà completamente nuova e fortemente diversificata.

Attualmente conta circa 270 aziende associate operanti in tutta Italia provenienti dal mondo delle agenzie creative e del digital, delle agenzie di relazioni pubbliche, dei centri media, degli eventi, del mondo retail. All'interno dell'Associazione vivono **HUB specifici** per assicurare tavoli di lavoro verticali e condivisioni di best practice.

UNA aderisce a: **EACA** (Associazione Europea delle Imprese di Comunicazione), a **ICCO** (International Communications Consultancy Organisation), a **Confindustria PROM**, a **Pubblicità Progresso** e allo **IAP** (Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria) e tramite AssAP Servizi S.r.l. partecipa a: **ADS**, **Audicom**, **AudiMovie**, **AudiOutdoor** e **Auditel**.



Organigramma

Presidente



Davide Arduini
Founding Partner & AD
Next Different

Vice presidenti



Andrea Cornelli
Partner - Chief Innovation Officer
SEC Newgate



Simona Maggini
Country Manager **WPP Italy**
CEO **VML Italy**



Graziana Pasqualotto
Relazioni Istituzionali **OMG**

Consiglio direttivo



Vittorio Bucci
CEO **Mediaplus Italy**



Alberto Gange
Co-Founder **AlbaMedia**



Antonella Maria Lupica
Managing Director
Golin Ketchum Italy



Fabrizia Marchi
CEO **TBWA/Italy**



Mauro Miglioranzi
Amministratore Unico
Coo'ee Italia



Massimo Romano
CEO & Co-Founder
Spencer & Lewis



Bruno Sparandeo
Direttore Generale **Yolo+**



Matteo Tarolli
CEO **Starcom Italia**
SVP **Publicis Media**



Caterina Tonini
CEO
Havas Creative Network Italy



Luca Vergani
CEO **Wavemaker Italia**



Stefano Del Frate
DIRETTORE GENERALE



Michele Cornetto
CEO & Founder **Tembo**
Rappresentante delle Consulte Territoriali

Organi di controllo



Franco Carlo Guzzi
COLLEGIO DEI PROBIVIRI



Diego Masi
COLLEGIO DEI PROBIVIRI



Alessandro Ubertis
COLLEGIO DEI PROBIVIRI

Portavoce degli Hub



Maurizio Bazzano
Portavoce di **B2B Hub**



Luca Cavallini
Portavoce di **Branding Hub**



Alessio Carli
Portavoce di **Health Hub**



Paolo Pascolo
Portavoce di **Innovation Hub**



Andrea De Micheli
Portavoce di **Live Hub**



Alessandro Barbieri
Portavoce di **Loyalty Experience Hub**



Federica Setti
Portavoce di **Media Hub**



Andrea Cornelli
Portavoce di **PR Hub**



Antonio Pagani
Portavoce di **Retail Hub**



Principi e valori

Noi di UNA siamo consapevoli dell'importanza della comunicazione per lo **sviluppo** sociale.

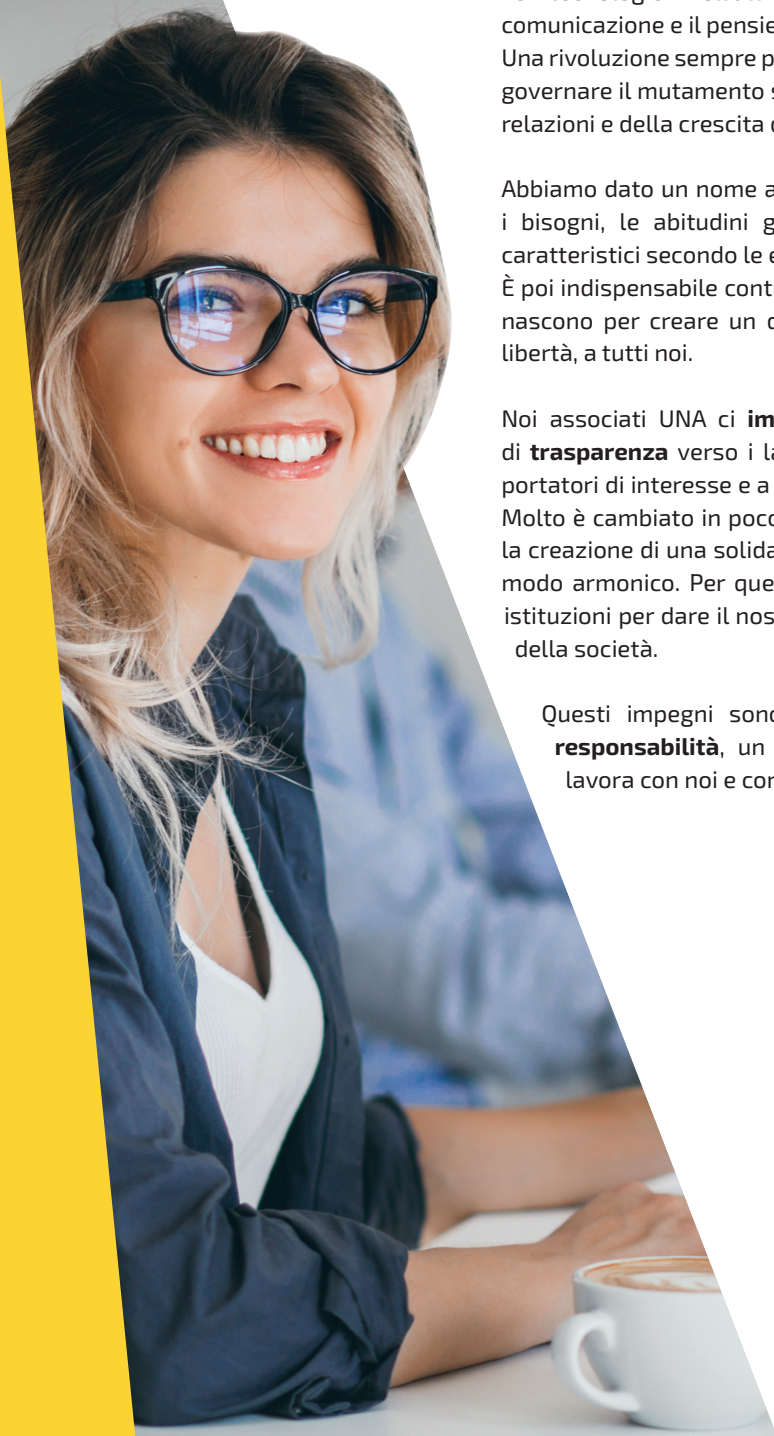
Lavoriamo ogni giorno per la crescita civile ed economica del Paese, siamo il motore che dà forza alle imprese e alle marche. Una responsabilità forte che abbiamo compreso e accettato. È la ragione per cui UNA ha posto al centro dei suoi scopi sociali l'affermazione dell'etica, della trasparenza e la diffusione della cultura.

Le tecnologie nell'ultimo secolo hanno trasformato la comunicazione e il pensiero. Una rivoluzione sempre più veloce che chiede approcci nuovi, per governare il mutamento sociale, per uno sviluppo ordinato delle relazioni e della crescita del Paese.

Abbiamo dato un nome alle generazioni per classificarle, perché i bisogni, le abitudini gli interessi sono diventati fortemente caratteristici secondo le età. Una complessità mai vista prima. È poi indispensabile contrastare la proliferazione di messaggi che nascono per creare un danno alla nostra economia, alla nostra libertà, a tutti noi.

Noi associati UNA ci **impegniamo** ad applicare i principi etici e di **trasparenza** verso i lavoratori, i clienti, i fornitori, verso tutti i portatori di interesse e a diffondere la **cultura** della comunicazione. Molto è cambiato in poco tempo. Crediamo che solo con lo studio e la creazione di una solida base culturale diffusa si possa crescere in modo armonico. Per questo lavoriamo con le scuole, le aziende, le istituzioni per dare il nostro contributo all'evoluzione e allo sviluppo della società.

Questi impegni sono una risposta alla nostra assunzione di **responsabilità**, un patto che rinnoviamo ogni giorno con chi lavora con noi e con tutto il Paese.



Perchè associarsi?

UNA è la scelta giusta per chi vuole partecipare a tutte le dinamiche relative al settore della comunicazione. L'associazione, infatti, è collegata alle più importanti realtà associative internazionali e con le altre rappresentanze nazionali di settore.

Inoltre, UNA è socio promotore di Confindustria PROM e Fondazione Pubblicità Progresso, oltre ad essere associata IAP, EACA e ICCO e intrattenere continui rapporti con UPA (Associazione delle principali aziende investitrici in advertising).

In più, dato da non trascurare, UNA partecipa come rappresentanza del mercato nel sistema di rilevamento degli ascolti.

Altri plus sono nel trasferimento agli associati di studi, dati e ricerche, che interpretano il cambiamento del mercato e la situazione attuale in cui le aziende operano.

Il confronto e il continuo colloquio tra le parti attive, inoltre, che avviene durante momenti come eventi e canali di comunicazioni pensati appositamente, sono la linfa per la nascita di nuovi spunti, reti e collaborazioni produttive e sinergiche per la crescita di ognuno.

Attraverso il suo **Centro Studi**, UNA seleziona gli studi e le informazioni nazionali e internazionali che possono essere utili e commissiona ricerche ad hoc, sullo studio di settori, sull'ecosistema della comunicazione, sulla creazione di benchmarks.

La **formazione** è uno dei benefit maggiormente ricercati dagli associati e l'associazione risponde con una calendarizzazione di eventi e seminari che rispondo ad esigenze attuali e concrete ma anche a prospettive future per anticipare il mercato e le sue richieste. UNA, in particolare, è anche parte attiva nell'organizzazione di Master e nella gestione di alcuni programmi europei promossi da ENACA.

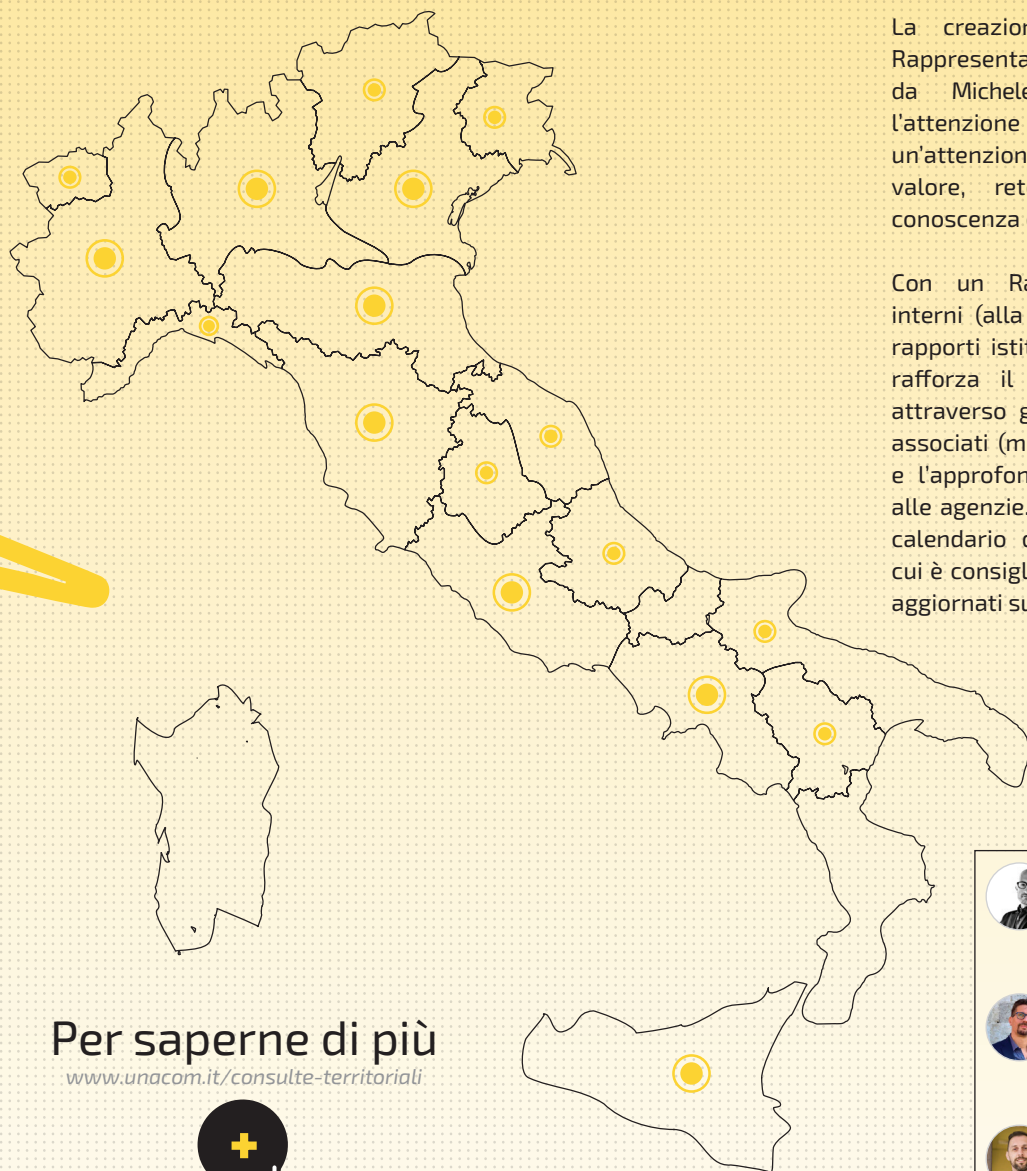
Infine, ma non per importanza, consulenza legale, comunicazione bandi di gara, recruitment stagisti, database associati, consulenza fiscale e amministrativa, convenzioni, area intranet, newsletter e canali social sono altri servizi e facilitazioni che l'associazione cura quotidianamente e mette a disposizione di tutti gli associati.

Entrare in UNA è semplice e ha un costo ragionevole ponderato per fasce di ricavo di agenzia.

Sicuramente la scelta giusta.



Le territoriali:



Per saperne di più

www.unacom.it/consulte-territoriali



La creazione e lo sviluppo delle Rappresentanze Territoriali, coordinate da Michele Cornetto, rappresenta l'attenzione che UNA ha verso i territori: un'attenzione che permette di creare valore, rete e condivisione, nella conoscenza e rispetto delle realtà locali.

Con un Rappresentante e delegati interni (alla formazione, agli eventi, ai rapporti istituzionali...) ogni territoriale rafforza il legame con il nazionale attraverso gli incontri costanti con gli associati (momenti di confronto e rete) e l'approfondimento di tematiche utili alle agenzie. Ogni territoriale ha un suo calendario di incontri programmati, a cui è consigliato partecipare per restare aggiornati sulla vita dell'Associazione.



Rappresentante Consulte Territoriali

Michele Cornetto
CEO & Founder Tembo



Delega ai Rapporti Istituzionali

Francesco Sani
Owner and CEO Sidebloom



Delega allo Sviluppo Associativo

Bruno Sparandeo
Direttore Generale Yolo+



Campania

Antonello Vivolo
Co-founder The village



Emilia Romagna - Marche

Loris Zanelli
CEO PubliOne



Lazio - Abruzzo - Umbria

Massimo Romano
CEO Spencer & Lewis
Delega alla Comunicazione



Liguria

Alessandro Modestino
CEO di Meloria



Lombardia

Andrea Poretti
Founder Cepar Digital Agency



Piemonte - Val d'Aosta

Serena Fasano
Partner e client director
Instant Love



Puglia - Basilicata

Alberto Acito
Amministratore Ideama



Sicilia

Alberto Gange
Co-Founder AlbaMedia



Toscana

Giada Ciompi
Co-founder & Head of
Digital Hubic



Triveneto

Federico Frasson
Titolare di Fkdesign

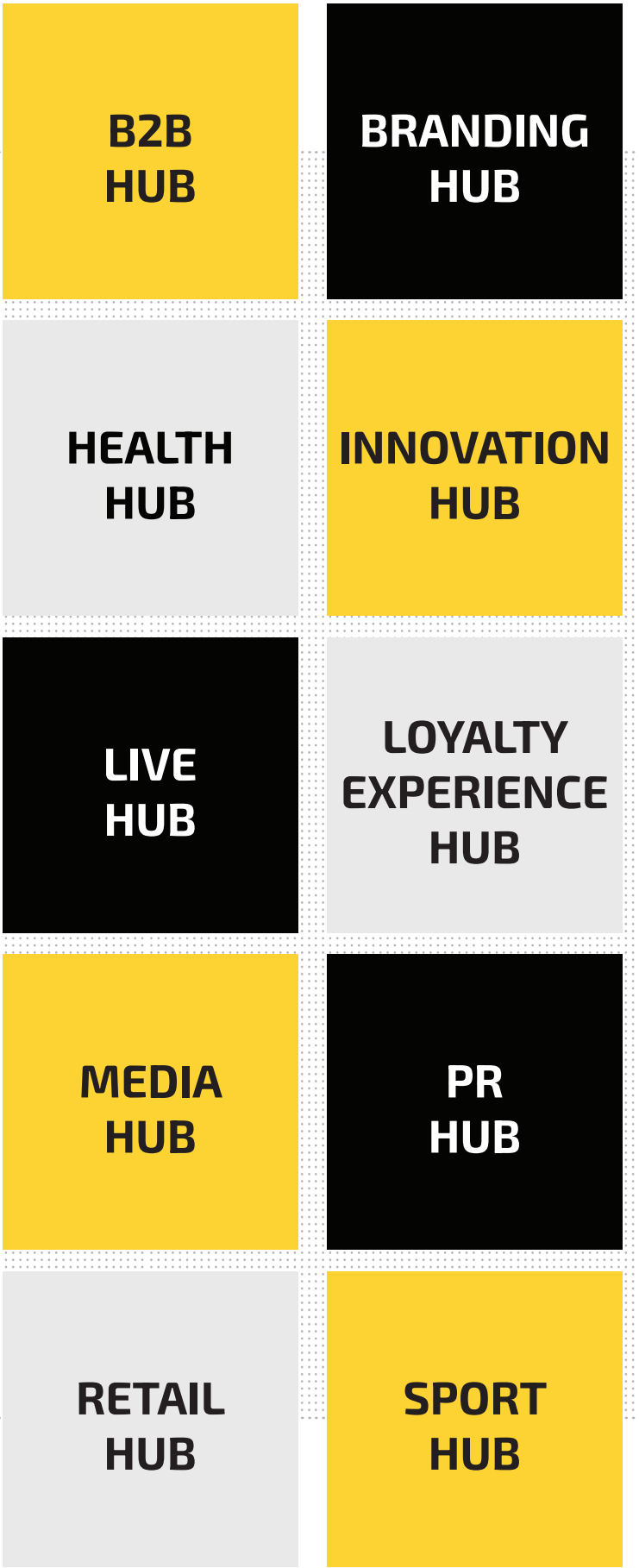
Gli HUB

Scenari sempre più complessi, necessitano di verticalità, per approfondire aree e contenuti e confrontarsi tra specialisti. Nascono con questo spirito gli HUB di UNA. Ogni HUB ha un suo responsabile, che, in coordinamento con il Nazionale, si occupa di organizzare incontri e approfondimenti formativi.

La partecipazione agli HUB è compresa nella quota di iscrizione annuale e si può decidere di aderire ad un massimo di quattro HUB. Una volta indicata la scelta, una quota dell'iscrizione verrà destinata agli HUB indicati (per un totale non superiore al 20%). In questo modo ogni Hub disporrà di un proprio budget per attività dedicate.

Per saperne di più

www.unacom.it/hub



Centro studi

In UNA sappiamo quanto sia difficile e time consuming reperire materiale adeguato. Per questo l'Associazione lavora alla produzione e divulgazione delle pubblicazioni sulle principali tematiche relative al marketing e alla comunicazione, attingendo a informazioni e dati nazionali e internazionali.

Il Centro Studi UNA, grazie al lavoro della Presidentessa Marianna Ghirlanda, della coordinatrice Valentina Bussolari e di tutto il Comitato Scientifico, mette a disposizione gli studi, le ricerche e i dati prodotti dal Centro e dagli Hub verticali, nonché una proposta di strumenti di analisi e ricerca.



Valentina Salice
Presidentessa Centro Studi UNA



Valentina Bussolari
Coordinatrice Centro Studi UNA

Consulta le

Pubblicazioni

www.unacom.it/pubblicazioni



UNA FORMA



UNA FORMA è il servizio formativo completamente dedicato ai suoi associati.

Un modo nuovo di intendere la formazione professionale per offrire a tutti i protagonisti della nostra industry un punto di vista più ampio e gli strumenti necessari per dare nuova forma alla professione del comunicatore nella società in cui viviamo oggi. **E quella in cui vivremo domani.**



Certifica gli account della tua agenzia

Rendi più competitiva la tua agenzia certificando le soft skill dei tuoi account.

I premi

L'iscrizione ad un premio rappresenta per le agenzie un momento di orgoglio e di consapevolezza della qualità del lavoro fatto. Per questo UNA si fa parte attiva nel promuovere e sviluppare alcuni premi della Comunicazione italiana: per dare valore all'impegno e alla creatività.



Ogni anno si rinnova il successo degli Effie Awards Italy, il programma che premia l'efficacia delle migliori campagne di marketing italiane, in collaborazione con UPA (Utenti Pubblicità Associati).



È il Premio che celebra le eccellenze italiane dando valore a tutti i settori: dalla Comunicazione di Marca ai Social Media, dall'Entertainment alla Musica.



È l'unico Premio italiano dedicato alle Relazioni Pubbliche: un riconoscimento innovativo indirizzato a un ambito altamente strategico e in forte evoluzione come quello delle PR



Servizi Associati

UNA – tramite la Società di servizi: AssAP Servizi S.r.l., di cui detiene la totalità delle quote – fornisce servizi alle Aziende Associate

Associarsi ad una significa avere accesso anche ad una serie di convenzioni e sconti, che possono essere utili nella vita organizzativa e amministrativa delle agenzie. Oltre alle convenzioni, UNA patrocina e collabora con realtà ed eventi della vita creativa italiana, coinvolgendo gli associati e le territoriali.

Consulenza Legale

Consulenza Fiscale/Amministrativa

Rassegna Stampa

Bandi di Gara

Servizi Confindustria

Scopri di più su unacom.it/servizi

Partner Accademici



Master in digital
communication specialist



Master in brand
communication

Master Mario Soldati

Master in
comunicazione turistica



International Master In
Media And Communication
Management

Le sfide dell'Associazione

Se ci è consentita una semplificazione, la nostra Associazione ha la missione di garantire un'infrastruttura di mercato che consenta alle aziende della comunicazione di funzionare, progredire e prosperare.

Questi elementi sono interni al settore delle agenzie, ma altri non dipendono da noi e devono essere affrontati con tutte le parti del mercato.

- Gestione delle risorse umane. Capacità di attrazione dei migliori talenti, necessità di formare e aggiornare sugli sviluppi della tecnologia (compresa la sfida all'introduzione dell'Intelligenza Artificiale), la cultura del rispetto di chi lavora con noi.
- Il riconoscimento e la difesa del valore che produciamo: le gare inique, i rapporti con le aziende, la capacità di formulare compensi equi, la misurazione dell'efficacia della comunicazione
- Modelli di sviluppo delle agenzie: lo sviluppo organico, le partnership, i finanziamenti e la quotazione di borsa
- La necessità di riforma del sistema ufficiale di rilevazione delle audience dei vari mezzi di cui siamo soci fondatori, senza il quale il mercato sarebbe una giungla. Abbiamo appena lanciato Audicom, per la rilevazione delle parti digitali e Audiradio, che si affianca alla capostipite Auditel.
- Ultimo, ma non meno importante, il nostro ruolo sul tema della sostenibilità e dell'inclusione sociale, che giocano un ruolo chiave per un progresso rispettoso di persone e natura.



MASSA CRITICA E QUALITÀ PER ESSERE SEMPRE PIÙ INCISIVI.

“Due sono gli elementi fondamentali per riuscire ad avere una rappresentanza istituzionale significativa: la massa critica e la qualità dei contributi.

Abbiamo fatto un grande lavoro per mettere insieme associazioni, prima separate, ma appartenenti allo stesso settore, con l'obiettivo di costituire un corpo unico che potesse rappresentare tutte le realtà del variegato mondo della comunicazione e che potesse contare su un numero significativo di partecipanti, ben distribuiti a livello di diverse discipline, di territorio e come dimensioni. Questo grande corpo ci consente di presentarci anche nei diversi territori forti di una sigla importante a livello nazionale.

Il secondo elemento è la qualità dei contributi che riusciamo ad esprimere in tutte le sedi e opportunità di interlocuzione, sia che si parli di fattori strutturali (il sistema di rilevazione dei dati di audience), sia che si tratti delle evoluzioni delle diverse discipline della comunicazione. Per questo siamo orgogliosi di avere tra i nostri associati le sigle più qualificate e preparate del mercato.

Vogliamo quindi crescere ancora nel numero degli associati e non permettere di trascurare la possibile adesione di una agenzia di qualità. Siamo convinti che se sapremo ottenere questi due obiettivi, tutti gli associati ne beneficeranno.

Volete saperne di più su quello che fa l'associazione?

Non esitate a scrivermi: davide.arduini@unacom.it



Davide Arduini
Presidente UNA





Aziende della
Comunicazione
Unite

SEDE

c/o BURO' – BASE
Via Bergognone, 34 – 20144 Milano

CONTATTI

02/97677150 | info@unacom.it

Per avere informazioni e associarsi scrivere a
unacom.it



Per associarti scrivi a

oriana.moneta@unacom.it

che ti manderà la domanda
di partecipazione.