



## NEWS

## A Cohn & Wolfe il Premio Assorel

**Il riconoscimento per la migliore campagna di Relazioni Pubbliche assegnato a "Navigon: navigando tra le stelle". Assegnato a Luca Cordero di Montezemolo il Premio alla Carriera**

di Elisa Scarcella

Assegnato a "Navigon: navigando tra le stelle", realizzata dall'agenzia Cohn & Wolf, il primo premio assoluto per la migliore campagna di Relazioni Pubbliche nell'ambito della 13 edizione del premio promosso ogni anno da Assorel, con il patrocinio del Comune di Milano, in partnership con Coca-Cola HBC Italia e con la collaborazione di 'Eventiquattro' e il mensile "L'Impresa" - Gruppo 24 ORE.

L'assegnazione del premio, riferito alla migliore campagna di Relazioni Pubbliche realizzata nel corso del 2009, si è svolta nei giorni scorsi a Milano nel corso di un evento sul tema "Relazioni nel dibattito civile e politico: attualità e futuro".

La cerimonia è stata aperta dal presidente Assorel Beppe Facchetti, che ha dichiarato: "In un momento di recessione economica gli investimenti in Relazioni Pubbliche rappresentano un vantaggio competitivo per raggiungere gli stakeholders in modo mirato e immediato, anche grazie alla sempre più ampia diffusione dei Media digitali".

Il Premio alla carriera, giunto alla quinta edizione, è stato assegnato quest'anno a Luca Cordero di Montezemolo "per la passione civile di un'attività professionale, imprenditoriale e di rappresentanza associativa particolarmente efficace nella valorizzazione del Made in Italy, da sempre impegnata nell'investimento in comunicazione come relazione e leva strategica dello sviluppo e dell'innovazione". Montezemolo, da sempre vicino al mondo della comunicazione e delle Relazioni Pubbliche, ha commentato: "Credo che il vostro mestiere stia vivendo, soprattutto in questi ultimi tempi un momento storico veramente interessante e affascinante riscontrato anche dal mercato con un significativo aumento di clienti: istituzionali, privati, associazioni, aziende, enti... a mio modo di vedere c'è ancora un grandissimo spazio anche nella pubblica amministrazione: molti ministeri per le loro attività avrebbero bisogno di una corretta conoscenza presso il pubblico. Poi c'è lo scenario dell'internazionalizzazione che non c'era 5, 10 o 15 anni fa e questo è molto importante perché significa chance e avere più crescita professionale anche a livello internazionale. Positiva anche l'evoluzione dei mezzi di comunicazione che bisogna saper cogliere. Oggi ci sono in giro per il mondo, anche grazie ai Paesi emergenti, che non ci dimentichiamo nutrono sempre nei nostri confronti una grande attenzione perché per alcuni di questi paesi l'Italia è considerata il centro della cultura, della storia. Quindi le chance di crescita per la vostra professione sono molto importanti. A condizione che ci sia una forte preparazione professionale. Io credo che oggi ci sia necessità di avere chiarezza di obiettivi, messaggi e risultati con il cliente. Altra cosa importante è saper far squadra. Da quando divenni presidente di Confindustria nel 2004 ho sempre sostenuto che questo Paese deve fare squadra: sono sempre stato convinto che se avessimo una cultura di sistema l'Italia sarebbe campione del mondo in tutto. Quando parliamo di Relazioni Pubbliche spesso si sottovaluta il ruolo che questa professione può avere".

Nel corso della serata sono stati attribuiti i sei Premi di Categoria mentre un particolare riconoscimento è andato a "Compro chiesa vista mare" di Immobiliare.it, che ha ricevuto il maggior numero di consensi attraverso i voti on-line sul sito de "L'Impresa".

Tra le 40 campagne iscritte a questa edizione, oltre al Primo Premio Assoluto, la Giuria ha attribuito i sei **Premi di Categoria**: per la comunicazione di prodotto "Navigon: navigando tra le stelle" - Cohn & Wolfe per Navigon ag, per la comunicazione corporate: "Berlin 1989, Milano 2009 - freedom day" - Pleon per Knauf Italia, per la comunicazione sociale - corporate social responsibility: "Le chiacchiere stanno a zero. o bevi o guidi" - INC Istituto Nazionale per la Comunicazione per Assobirra, per la comunicazione sociale - cause related marketing: "Torna ad amare senza pensieri" - Weber Shandwick per SIA, per la comunicazione ambientale: "Eco-christmas" - below communication and media relations per SCART-I onlus, per la categoria digital pr/social media: "Accordi in RE. un concerto da capogiro" - Edelman per Roche

sono stati assegnati altri riconoscimenti:

<http://www.assorel.it/showPage.php?template=press&id=1248>

10-11-2010

LINK ALLA NEWS:

[www.eccellere.com/rubriche/news/news.asp?id=351](http://www.eccellere.com/rubriche/news/news.asp?id=351)

I testi rimangono proprietà intellettuale e artistica dei rispettivi autori. 2010 -



I contenuti di **Eccellere** sono concessi sotto la **Licenza Creative Commons Attribuzione - Non commerciale 3.0 Unported**. Ulteriori informazioni sono disponibili alla pagina **Note legali** ([www.eccellere.com/notelegali.htm](http://www.eccellere.com/notelegali.htm)).