



Comunicazione Italiana lancia il progetto di costituzione dell'Osservatorio della Comunicazione, la cui prima espressione è interpretata dai contributi degli "Opinion Leader" della Communication Community inseriti nell'Atlante della Comunicazione Italiana 2006. La pubblicazione di interventi dei diversi main player del marketing, della comunicazione e delle relazioni pubbliche dei differenti settori di business determina l'evoluzione dell'Atlante della Comunicazione da "guida per conoscere meglio..." a vero e proprio "strumento di orientamento". Infatti, "l'orientamento" rappresenta la mission stessa dell'Osservatorio della Comunicazione le cui attività saranno declinate in una serie di incontri e iniziative che a partire dal 2006 andranno a completare la strutturazione del network di Comunicazione Italiana. Hanno offerto il proprio contributo intellettuale Opinion Leader provenienti dai settori più diversi per offrire il quadro il più esaustivo: "NAVE DELLA FORMAZIONE" IL SOLE 24 ORE, CENTRO STUDI COGNO - "TERRENO ASSOCIATIVO/ISTITUZIONALE" MINISTERO DELLA SALUTE, MINISTERO PER I BENI E LE ATTIVITÀ CULTURALI, MINISTERO DELL'INNOVAZIONE E LE TECNOLOGIE, ASSOCIAZIONE COMUNICAZIONE PUBBLICA ED ISTITUZIONALE, DEMOCRATICI DI SINISTRA, NUOVO PSI, PROVINCIA DI ROMA, RADICALI - "MONDO AZIENDALE" LOUIS VUITTON, UVET AMERICAN EXPRESS CORPORATE TRAVEL, NIKE, BAYER, FIAT, FORD, FIERA MILANO TECH, SKY, 3 ITALIA, WIND, TISCALI, NOVARTIS FARMA, PHILIPS, BOEING, FMR-ART'E', BANCA PROFILO, MBPS, ING DIRECT, TOURING CLUB, COMIFAR, VIAGGI DELL'ELEFANTE, GRUPPO LAST MINUTE.COM - "OCEANO DEI SERVIZI" ADECCO, CONSODATA, PLEON, AD MAIORA, SIE, OPS, IPERCLUB, LILLO PERRI, GIANCARLO ILIPRANDI.