



L'edizione 2006 dell'Atlante della Comunicazione Italiana rappresenta un'importante tappa dell'iter di sviluppo di un progetto che ai suoi esordi era una vera e propria sfida. Grazie alla collaborazione attiva delle associazioni di categoria e ad alla continua ricerca e sperimentazione di soluzioni in grado di rendere un "freddo database" una vera e propria business Community interattiva, si è riusciti a far confluire, in un unico network per le relazioni del settore, 24.000 professionisti della comunicazione d'impresa e pubblica (decision maker, opinion leader e stakeholder della comunicazione, del marketing, della pubblicità e delle relazioni pubbliche in Italia), per i quali l'Atlante è l'unica guida per conoscerli a fondo. L'Atlante, master delle Edizioni per Comunicare, è ormai un appuntamento atteso non solo perché guida autorevole per conoscere meglio chi fa comunicazione, ma anche punto di riferimento per orientarsi in questo complesso mondo. Infatti, per assolvere sempre meglio alla mission di "guida per orientarsi e conoscere meglio", quest'anno l'Atlante si arricchisce di un'importante novità: l'Osservatorio della Comunicazione Italiana. Ho chiesto ai colleghi e professionisti di primarie aziende dei principali settori dell'economia e delle istituzioni di contribuire a creare un nuovo modello di monitoraggio. L'obiettivo è quello di fare il punto della situazione e tracciare gli scenari del 2006 dei vari settori, dedicando particolare attenzione alle sfide che le nuove tendenze lanciano alla comunicazione, al marketing e alle relazioni pubbliche. L'Osservatorio, che intende perseguire obiettivi di monitoraggio e ricerca, sarà sia strumento utile per i player del mondo aziendale, che hanno bisogno di supporti specialistici per comprendere i cambiamenti in atto e anticipare i nuovi stili di consumo, sia supporto di facilitazione degli operatori dei servizi, che hanno necessità di capire costantemente quali sono gli orientamenti delle aziende leader e quali sono le soluzioni e i servizi che devono sviluppare per soddisfare meglio le esigenze delle aziende.