



UNICOM, UPA e ASSOCOM hanno sottoscritto un documento che fornisce le linee guida per una corretta e trasparente conduzione del processo di scelta delle agenzie da parte dei committenti in occasione di una gara. Un fenomeno, quello delle gare da parte delle aziende per la scelta di un'agenzia di comunicazione partner, che negli anni ha assunto un peso sempre più rilevante; la forma della “consultazione” risulta essere un valido sistema per la selezione dei consulenti, perché permette all'azienda di conoscere meglio la struttura con cui andrà a collaborare.

Se l'impresa vuole indire una gara, può essere quindi utile prevedere comunque una fase preliminare di “consultazione” di più agenzie in cui il committente possa individuare le strutture più adatte da mettere in gara.

Nel corso degli anni ogni Associazione ha pubblicato istruzioni sulle corrette modalità da seguire nella gestione di una gara, indicazioni poi disattese o mal recepite, nella maggior parte dei casi.

Per questo le associazioni delle aziende e delle agenzie, hanno deciso di produrre un unico documento di riferimento: non si tratta di indicazioni impositive, dal momento che le gare sono rapporti tra privati, ma di principi di base condivisi fra clienti e agenzie per la gestione corretta di una gara.

I punti principali del documento - pensati specificamente per le gare e non per le consultazioni - sono ispirati a regole e principi finalizzati a produrre relazioni profittevoli tra Agenzie e Aziende.

Ecco i punti chiave condivisi dalle tre associazioni:

- il numero dei partecipanti chiamati alla gara si ritiene debba essere limitato: il numero ideale non esiste ma 3 concorrenti più l'agenzia uscente sembra essere un numero adeguato;
- la trasparenza, cioè dichiarare quante e quali sono le agenzie chiamate a partecipare;

## Unicom, Upa e Assocom insieme per le “Linee Guida sulle Gare di Comunicazione Private”.

Di Lorenzo Strona

Venerdì 15 Novembre 2013 11:46 - Ultimo aggiornamento Lunedì 06 Luglio 2020 13:18

---

- le modalità operative: si ritiene che ogni partecipante debba ricevere lo stesso identico briefing e che ogni agenzia si debba impegnare al segreto professionale su quanto comunicato dal cliente. Per ben operare sarebbe opportuno definire a priori il modello di remunerazione con il quale si vuole lavorare;
- metodi e criteri di valutazione andrebbero anticipati da parte del cliente, così come l'agenzia dovrebbe definire il team che dedicherà al progetto in caso di vincita;
- i tempi per la presentazione dovranno essere congrui con la complessità del progetto;
- l'impegno e il rispetto verso il lavoro richiesto rendono consigliabile definire un rimborso spese su base forfettaria uguale per tutte le agenzie invitate.

La condivisione di queste linee guida <https://pornmobile.online> è un primo importante passo per rafforzare il rapporto fra committenti e agenzie, a vantaggio della qualità del lavoro e dei risultati per entrambe le parti.

Unicom, Upa e Assocom proseguiranno questo lavoro comune, consapevoli che una corretta comunicazione e un sano rapporto fra le parti contribuisca alla crescita di mercato, investimenti e consumi.