

ANES

ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA DI SETTORE

www.anes.it

Verbale del Consiglio Direttivo del 26 febbraio 2025

Il giorno 26 febbraio 2025 alle ore 15:30, si è tenuta la riunione del Consiglio Direttivo dell'ANES presso la sede dell'Associazione in Via Crocefisso 5, Milano, e in modalità a distanza.

Sono presenti tutti i membri del Consiglio:

- Giorgio Albonetti (Gruppo LSWR) – Presidente
- Umberto Caroleo (L'INFORMATORE AGRARIO) - Vice Presidente
- Gian Paolo Crasta (KAIROS MEDIA GROUP) - Vice Presidente
- Alessio Crisantemi (GN MEDIA) - Vice Presidente
- Ivo Alfonso Nardella (TECNICHE NUOVE) - Past President
- Armando Brescia (EDIZIONI DM)
- Carlo Latorre (CRONOART)
- Paolo Pegoraro (MAKING LIFE) - Tesoriere
- Claudio Rossi (FAENZA GROUP)

Giancarlo Zanini, in qualità di Revisore Contabile; Cristina Ferrari, Direttore e Alice Dozio dello staff di Segreteria.

Constatato che si è raggiunto il numero legale, il Presidente dichiara aperta la seduta.

Sono esaminati e dibattuti, come sotto riportato, i seguenti punti all'Ordine del Giorno.

Punto 1) all'OdG - Approvazione verbale della precedente riunione di Consiglio Direttivo del 16 dicembre 2024

Il Presidente Giorgio Albonetti invita i membri della Giunta ad approvare il verbale della precedente riunione del 16 dicembre 2024, non essendovi osservazioni di alcun genere, il verbale è approvato all'unanimità.

Punto 2) all'OdG – Comunicazioni del Presidente

Il Presidente, Giorgio Albonetti, apre le comunicazioni anticipando un aggiornamento sul risultato dell'esercizio 2024, il cui bilancio è in fase di elaborazione, che risulta sensibilmente migliore rispetto alle previsioni di budget, grazie ad gestione estremamente oculata delle risorse disponibili e ad un significativo contenimento dei costi. Tale risultato consentirà un concreto recupero del patrimonio netto, ponendo le basi per affrontare con maggiore solidità il 2025.

L'anno 2025 rappresenta un punto di svolta per l'Associazione, chiamata ad affrontare alcune sfide cruciali: da un lato, la necessità di ampliare la base associativa, ripensando anche il modo in cui l'Associazione si presenta all'esterno, per enfatizzare il valore dei servizi offerti, evidenziando il ruolo distintivo che ANES svolge all'interno della filiera della comunicazione B2B, così da coinvolgere nuove realtà imprenditoriali e consolidare il senso di appartenenza degli attuali Soci.

Dall'altro lato, risulta centrale la necessità di contrastare la contrazione strutturale del comparto editoriale attraverso nuove progettualità capaci di generare valore, attrattività e sostenibilità nel lungo periodo.

Interviene il Direttore Cristina Ferrari per illustrare i risultati di un'attività di analisi e profilazione del database associativo, condotta dalla Segreteria con il supporto del Centro Studi di Kairos Media Group, messo a disposizione dal Vicepresidente Gian Paolo Crasta; l'attività ha permesso di elaborare un quadro più aggiornato e realistico dei potenziali prospect, evidenziando le criticità legate alla riduzione strutturale del comparto.

In particolare, viene richiamato il confronto con i dati ufficiali del Registro degli Operatori di Comunicazione (ROC), che segnalano un forte decremento delle imprese editoriali attive: dalle oltre 17.000 unità registrate nel 2010 si è scesi a meno di 6.000 nel 2025. Un trend che ha inevitabilmente inciso anche sulla composizione della base associativa ANES, che nello stesso arco temporale ha visto i propri Soci effettivi ridursi notevolmente.

Tali numeri rafforzano inoltre la consapevolezza della necessità di una strategia che non si limiti a puntare alla sola crescita numerica degli associati; alla luce di questa analisi, appare infatti evidente come l'incremento della base associativa – pur necessario – non sia di per sé sufficiente a garantire la tenuta dell'Associazione, non solo sotto il profilo economico, ma soprattutto in relazione alla sua capacità di rappresentanza e generazione di valore.

In questa prospettiva, si ritiene opportuno cercare di intercettare nuove categorie di interlocutori rilevanti nel mondo della comunicazione B2B, con l'obiettivo di ampliare il raggio d'azione dell'Associazione oltre i confini dell'editoria, nell'ambito del più ampio perimetro della filiera della comunicazione e del marketing B2B.

Vene in tal senso evidenziata l'importanza strategica dell'esperienza della B2B Marketing Conference, non solo per l'elevato valore dei contenuti proposti e la qualità della partecipazione, ma anche per la sua capacità di generare un ritorno economico per l'Associazione e di rafforzarne il posizionamento come punto di riferimento nel panorama del marketing business-to-business.

L'evento rappresenta oggi un'occasione concreta per entrare in contatto con nuove realtà imprenditoriali, agenzie, professionisti e stakeholder del settore, creando connessioni, scambi e collaborazioni che possono estendersi oltre la singola giornata. L'esperienza della Conference può dunque fungere da catalizzatore per una rete di relazioni più ampia, da sviluppare attraverso iniziative dedicate, spazi digitali e progettualità condivise. In tal modo, ANES e gli editori associati rafforzerebbero il proprio ruolo distintivo, estendendo il proprio impatto sull'intero ecosistema della comunicazione e del marketing del settore B2B.

Punto 3) all'OdG – Confronto su attività e progetti 2025; presentazione 7° edizione B2B Marketing Conference

Alla luce di quanto descritto al punto precedente, il Presidente Albonetti introduce l'idea di un nuovo progetto di "community B2B", frutto di una prima analisi congiunta della Direzione, dei Vice Presidenti e della Presidenza, ed invita il Vice Presidente Crasta a presentarlo al Consiglio.

La nuova proposta illustrata al Consiglio, che lascerebbe inalterata l'esistenza e l'attuale organizzazione di ANES, è maturata dalle riflessioni strategiche avviate nel corso del 2024 nell'ambito del gruppo di lavoro "ANES del Futuro" ed intende in sostanza rispondere alla progressiva trasformazione del contesto editoriale e associativo, promuovendo tramite un nuovo "prodotto" di ANES ulteriori forme/modalità di aggregazione e inclusione professionale nell'universo B2B.

L'iniziativa offrirebbe un'opportunità concreta per rafforzarne il ruolo di ANES e dei suoi associati, intercettare nuovi interlocutori ed anche assicurare in prospettiva servizi specifici e qualificati agli editori di settore, grazie all'opportunità di introitare nuove risorse.

A seguito della presentazione da parte del Vice Presidente Crasta, si apre un interessante confronto, dal quale emerge la condivisione delle finalità dell'iniziativa da parte del Consiglio che concorda sull'opportunità di dare mandato al ristretto gruppo composto dalla Direzione, dal Presidente e dai Vice Presidenti, di approfondirne i possibili gradualissimi sviluppi operativi, nella prospettiva di una presentazione alla prossima Giunta e all'Assemblea dei Soci di giugno che, tra l'altro, coinciderà con il trentennale della fondazione di ANES.

Il Direttore passa quindi a presentare la settima edizione della **B2B Marketing Conference**, che si svolgerà il **22 ottobre 2025** presso l'Auditorium di Assolombarda, con il *CONNECT TO NEW COMMUNITIES*. La presentazione completa della nuova edizione dell'evento è disponibile a [questo link](#).

Punto 4) all'OdG – Varie ed eventuali

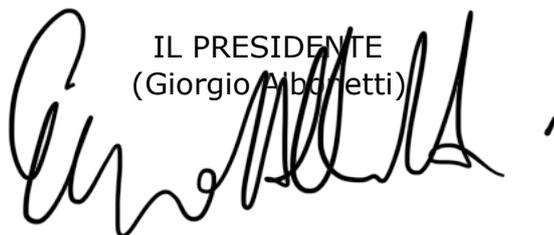
Nell'ambito delle comunicazioni varie, il Direttore Cristina Ferrari comunica l'annullamento del Consiglio Direttivo calendarizzato per il 20 marzo 2025.

Null'altro essendovi da deliberare, la riunione termina alle ore 18:00.

IL DIRETTORE
(Cristina Ferrari)



IL PRESIDENTE
(Giorgio Albonetti)



Milano, 03 aprile 2025