

# ANES

ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA DI SETTORE

[www.anes.it](http://www.anes.it)

## Verbale del Consiglio Direttivo del 26 febbraio 2026

Il giorno 26 febbraio 2026 alle ore 16:00 si è tenuta la riunione del Consiglio Direttivo dell'ANES presso la sede dell'Associazione in Viale Coni Zugna 71 a Milano, con possibilità di collegamento da remoto.

Sono presenti:

- 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)
- Claudio Rossi (FAENZA GROUP)

Giangiaco Castelfranchi, Piergiorgio Tonelli e Roberto Vasè in qualità di Revisori Contabili, Cristina Ferrari, Direttore e Alice Dozio dello staff di Segreteria.

Assenti giustificati:

- Carlo Latorre (CRONOART)

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 – Esame e approvazione bilancio consuntivo 2025 e proposta di budget 2026**

Il Presidente Giorgio Albonetti introduce il punto all'ordine del giorno evidenziando come il bilancio consuntivo dell'esercizio 2025 si chiuda con un risultato positivo, invece che con la perdita prevista a budget, ed invita il Direttore Cristina Ferrari a illustrarne i principali dati.

Il Direttore riferisce che il risultato dell'esercizio è stato conseguito grazie a una gestione particolarmente attenta delle risorse disponibili e a un costante lavoro di ottimizzazione dei costi sostenuti dall'Associazione. Sul fronte dei ricavi, si registra un andamento positivo delle iniziative commerciali promosse da ANES, con particolare riferimento alla B2B Marketing Conference, che continua a rappresentare una fondamentale fonte di ricavo per l'Associazione (in considerazione della purtroppo costante diminuzione dei contributi associativi), oltre che una preziosa opportunità relazionale e di posizionamento nel comparto della comunicazione e del marketing B2B.

Per quanto riguarda i costi, il Direttore segnala una maggiore spesa per il personale, riconducibile ad una non puntuale stima effettuata dallo studio dei Consulenti del lavoro e ad incremento del coefficiente di rivalutazione del TFR.

Parallelamente si evidenzia un significativo contenimento di diverse voci di spesa, in particolare dei costi di locazione della sede di alcuni servizi generali.

Il Direttore ricorda inoltre che nel corso dell'anno l'Associazione ha sostenuto costi aggiuntivi legati all'organizzazione dell'assemblea celebrativa del trentennale di ANES, evento che si è ritenuto importante organizzare sia come momento di condivisione con i Soci dell'importante traguardo raggiunto, sia per enfatizzare il ruolo e il posizionamento di ANES verso l'esterno.

In sintesi, alla luce di quanto sopra descritto, il bilancio consuntivo 2025 esprime un risultato positivo di euro 1.342 a fronte della previsione di budget di una perdita stimata in euro -5.241; il recupero conseguito ha permesso di riportare il patrimonio netto ad euro 25.149.

Il bilancio consuntivo è approvato all'unanimità dal Consiglio, che si congratula per l'impegno profuso e per l'ottima gestione.

Il Presidente passa quindi ad illustrare la proposta di budget 2026, che conferma nuovamente un'impostazione molto prudente nella gestione dei costi e la necessità di orientare le strategie e gli sforzi dell'Associazione verso lo sviluppo di nuove iniziative, come il nuovo progetto "MyB2B Community", capaci di generare sia valore sia nuove entrate economiche, che possano nel tempo andare a compensare la progressiva costante diminuzione dei contributi associativi.

Il Direttore, nel presentare nel dettaglio il bilancio previsionale 2026, evidenzia la rilevanza di riuscire a dare il via il prima possibile a nuove iniziative, come la nuova piattaforma MyB2B Community, che abbiano il potenziale di generare nuove fonti di ricavi – utili a consentire all'Associazione non solo di mantenere ma anzi di poter incrementare l'offerta di servizi ai Soci - essendo le possibilità di ulteriore riduzione dei costi ormai estremamente limitate.

Il Consiglio, condividendo gli obiettivi e le priorità alla base della proposta di budget, che esprime una previsione di chiusura dell'esercizio con una perdita di circa 8.000 euro, approva all'unanimità il budget 2026.

## **Punto 2) all'OdG – Punto della situazione su ipotesi confronto/negoziazione con piattaforme AI**

Il Direttore Cristina Ferrari introduce il punto all'ordine del giorno ricordando che, nelle scorse settimane, l'Associazione ha avviato alcune valutazioni, con il supporto dei consulenti legali dello Studio Ughi e Nunziante, in merito alla possibilità di intraprendere iniziative di interlocuzione o negoziazione con le principali piattaforme di intelligenza artificiale, con riferimento all'utilizzo dei contenuti editoriali per il training dei modelli di AI generativa.

Il Direttore riferisce che, nell'ambito di tale attività, i consulenti legali hanno provveduto a inviare una prima comunicazione alla società OpenAI al fine di avviare un confronto sul delicato tema.

I consulenti hanno inoltre segnalato che, allo stato attuale, una delle azioni concretamente percorribili da parte degli editori consiste nell'esercizio dell'opt-out rispetto all'utilizzo dei contenuti per finalità di text and data mining.

Al fine di comprendere il livello di interesse dei soci verso questa eventuale iniziativa, è stata pertanto avviata una survey interna, utile a generare una mappatura delle rispettive scelte aziendali.

Cristina Ferrari segnala che la survey, più volte riproposta, ha purtroppo riscontrato una bassa rispondenza e un quadro che attualmente esprime una generale incertezza rispetto alle scelte adottabili.

Il Vice Presidente Crisantemi osserva come il tema rivesta una rilevanza strategica per il settore editoriale e ritiene pertanto opportuno non abbandonare il confronto. Suggestisce tuttavia che la limitata partecipazione alla consultazione possa dipendere anche da una non piena comprensione delle implicazioni del tema da parte degli editori.

Si apre un ampio confronto, nel quale viene anche evidenziata la complessità di verificare concretamente l'eventuale utilizzo dei contenuti editoriali all'interno dei modelli di intelligenza artificiale, anche in considerazione del fatto che spesso una parte delle pubblicazioni editoriali consiste in attività di rielaborazione e divulgazione di informazioni.

Il Consiglio richiama inoltre l'attenzione sulle trasformazioni in atto nei modelli di fruizione delle informazioni, osservando come le sintesi generate dai sistemi di intelligenza artificiale e le nuove modalità di accesso ai contenuti possano incidere sul traffico verso i siti editoriali.

Alla luce di tali considerazioni emerge l'opportunità di orientare l'azione dell'Associazione verso attività di informazione e approfondimento rivolte agli editori, piuttosto che verso un immediato percorso negoziale con le piattaforme; il Presidente propone pertanto di organizzare un webinar dedicato al tema dell'intelligenza artificiale e dei diritti editoriali, esclusivamente rivolto ai soci ANES, al fine di fornire un quadro più chiaro delle implicazioni giuridiche ed economiche del fenomeno.

Il Consiglio concorda sull'opportunità di un momento in-formativo ed di approfondimento della tematica, che sarà organizzato nel mese di aprile con il supporto e la competenza dei consulenti legali dell'Associazione.

### **Punto 3) Presentazione 8° edizione B2B Marketing Conference 22 ottobre e aggiornamento su sviluppo MyB2B Community**

Il Direttore aggiorna il Consiglio sullo stato di avanzamento delle attività relative alla prossima edizione della B2B Marketing Conference.

Viene presentato il titolo dell'edizione, "Engage the Future", insieme alle quattro macrotematiche che guideranno il programma della giornata. Le aree tematiche sono state individuate tenendo conto delle caratteristiche del target della Conference e delle esigenze di posizionamento e visibilità dei potenziali sponsor, con l'obiettivo di costruire un programma coerente con le principali evoluzioni in atto nel marketing e nella comunicazione B2B.

Cristina Ferrari segnala inoltre che tre sponsor della precedente edizione hanno già riconfermato la propria partecipazione anche per l'edizione in preparazione, manifestando interesse a proseguire il percorso di collaborazione avviato negli anni scorsi e aderendo anche come partner della nascente MyB2B Community.

Sul piano organizzativo viene introdotta una novità relativa alla cerimonia dei B2Best Award: la premiazione non sarà più concentrata al termine della giornata, ma verrà distribuita nel corso dell'evento; tale scelta è finalizzata a rendere il programma più dinamico e a valorizzare maggiormente i progetti e le aziende premiate, consentendo

una migliore gestione dei momenti di consegna dei riconoscimenti, nonché della produzione dei contenuti fotografici e video.

Il Direttore aggiorna quindi il Consiglio sullo stato di sviluppo di MyB2B Community: la piattaforma non è ancora stata lanciata pubblicamente in quanto sono attualmente in corso interlocuzioni con alcuni partner e ambassador, che stanno contribuendo al caricamento dei primi contenuti e alla definizione delle prime iniziative editoriali e di approfondimento.

Viene sottolineata l'importanza di avviare il progetto con una base di contenuti già significativa, al fine di garantire fin dalle prime fasi adeguati livelli di credibilità e rilevanza della piattaforma agli occhi del target professionale di riferimento.

Una volta completata questa fase iniziale di popolamento della piattaforma, sarà avviata una comunicazione rivolta all'intero network dell'Associazione per annunciare ufficialmente il lancio della Community e presentare le prime opportunità di partecipazione e confronto offerte dalla piattaforma.

#### **Punto 4) Varie ed eventuali**

Il Vice Presidente Alessio Crisantemi informa il Consiglio di aver avviato un confronto con gli organizzatori del WMF – We Make Future, con l'obiettivo di valutare la possibilità di attivare una media partnership tra la manifestazione e ANES.

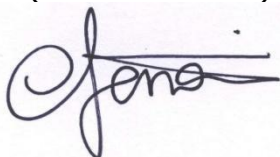
In tale contesto viene considerata l'eventuale partecipazione dell'Associazione ad alcuni momenti di contenuto all'interno del programma dell'evento, che si terrà nel mese di giugno a Bologna, anche attraverso la presenza in panel o iniziative di approfondimento su temi di interesse per il settore della comunicazione e del marketing B2B (così come già avvenuto con la partecipazione di ANES all'edizione 2024).

Il Vice Presidente evidenzia come la manifestazione rappresenti un appuntamento di rilievo nel panorama dell'innovazione digitale e delle nuove tecnologie, caratterizzato da una significativa partecipazione di imprese, professionisti e operatori del settore. In questa prospettiva, un'eventuale presenza di ANES potrebbe costituire un'opportunità per rafforzare la visibilità delle attività associative e per promuovere le iniziative sviluppate dall'Associazione, con particolare riferimento alla Community B2B.

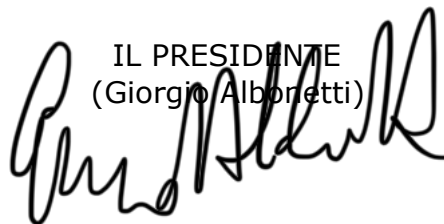
Il Consiglio accoglie favorevolmente la proposta.

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

IL DIRETTORE  
(Cristina Ferrari)



IL PRESIDENTE  
(Giorgio Albonetti)



Milano, 17 aprile 2026