

## COMUNICATO STAMPA

*Domani, 19 aprile, alle ore 9.00 a Palazzo Castiglioni in Corso Venezia 47, sede di Confcommercio Milano*

## **CONTROVERSO, TUTTI I NUMERI DELLA COMUNICAZIONE**

***Intervento dell’Autorità per le garanzie delle Comunicazioni sugli strumenti che regoleranno e monitoreranno i cambiamenti tecnologici in atto.***

***Tre ricerche inedite che disegnano una nuova radiografia del mercato.***

***Trentasei relatori, rappresentanti degli interessi delle aziende e delle agenzie, che si confronteranno e si scontreranno in cinque talk show.***

**Milano 18 aprile** - Come è cambiato il mercato della Comunicazione? Quali sono i fatturati, quali i ricavi? Quali sono i trend occupazionali e quali le dinamiche tra domanda e offerta? Quali sono gli indirizzi legislativi per governare i profondi cambiamenti che stanno modificando la fisionomia del settore?

A queste ed altre domande risponderanno i trentasei relatori di CONTROVERSO, l’evento firmato da **Asseprim**, **la Federazione nazionale dei servizi alle imprese** che si svolgerà domani a Palazzo Castiglioni, in corso Venezia 47, sede di Confcommercio Milano.

Le ricerche – inedite ed attuali - sono finalizzate a **ridefinire la radiografia del mercato della comunicazione**, allo scopo di individuare strumenti in grado di creare nuovi modelli di sviluppo.

1. *Recenti sviluppi nei mercati delle comunicazioni*: il punto di vista dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM)
2. *Lo scenario sul mondo della comunicazione*, GNresearch
3. *Il futuro della comunicazione: tra nuove professioni e competenze consolidate*, InTribe
4. *2011-2015: mortalità e (ri)nascita nel mercato della comunicazione*, WIP Consulting

*“Attraverso questo studio si è inteso tracciare una fotografia del mercato dei servizi legati alla Comunicazione - declinato nelle sue molteplici specializzazioni - attraverso il confronto tra vissuti della domanda e dell’offerta, al fine di individuare eventuali gap di percezioni e competenze, nonché di valutare l’accoglienza nei confronti di possibili aree di evoluzione e innovazione – ha dichiarato **Elena Bucci**, Milan Office Director di GNResearch - È stata ascoltata la voce di oltre 100 realtà tra aziende e agenzie - diverse tra loro per geografia, settori, dimensioni – nel proposito di dare forma e perimetro a un mercato di per sé multiforme e sfaccettato per struttura, ma anche per bisogni e competenze. Tra le evidenze emerse nel confronto a specchio tra Aziende ed*

Che cos’è CONTROVERSO - È un evento promosso da **Asseprim**, la Federazione nazionale dei servizi alle imprese che aderisce a Confcommercio- Imprese per l’Italia, ideato ed organizzato da: **Wip Consulting**, **Tosi Campanini**, **InTribe**, **GNresearch**, **Losito&Partners**, **MZEassistant** - [www.controverso.eu](http://www.controverso.eu) # **Twitter** # **Facebook**

*Agenzie, particolarmente significativo il tema del corretto allineamento tra i bisogni e le aspettative da parte della domanda e la percezione del valore da parte dell'offerta, tema a sua volta connesso alla non sempre condivisa metrica di valutazione, nella maggior parte dei casi del tutto non esistente e demandata a ipotesi di massima. Il quadro consente anche di evincere qualche spunto di orientamento per il futuro: per poter cogliere pienamente le molte opportunità offerte da un mondo – e quindi da un mercato – radicalmente trasformato dai nuovi mezzi e dalla tecnologia, la direzione corretta per gli attori della Comunicazione dovrebbe essere indirizzata - prima che a una focalizzazione sugli strumenti – a un passaggio attraverso il pieno recupero e consolidamento dei contenuti e delle competenze costituenti il cuore della Professione”.*

*“Il fatto che si ritorni a parlare di ‘competenze’ nell’ambito della comunicazione è già un fatto positivo, dopo un periodo in cui spesso l’improvvisazione ha prevalso sulle capacità e l’esperienza – ha dichiarato **Marco Ravagnan**, partner e direttore ricerche di InTribe - I vorticosi cambiamenti, sia tecnologici che culturali, cui abbiamo assistito negli ultimi anni, hanno portato a disegnare nuove e indispensabili professionalità, sia nel mondo aziendale che in quello delle agenzie. Così nuove figure, fino a qualche tempo fa totalmente sconosciute, sono nate e sempre più si svilupperanno anche nel mondo della comunicazione. La diffusione dei social network, l’evolversi del cosiddetto Internet of Things e la massiccia mole di dati a disposizione (i big data), imporranno lo sviluppo di competenze fino ad ora considerate marginali. Ma a fianco di queste alcune delle competenze che vengono considerate ‘tradizionali’ assisteranno ad una rinascita, o meglio, ad una loro evoluzione: così professioni legate allo storytelling alla definizione delle strategie o al coordinamento internazionale si svilupperanno tenendo conto dei nuovi linguaggi, dinamiche e canali di comunicazione.”*

*“L’analisi si basa su dati forniti dal Servizio Studi e Statistica Camera di Commercio di Milano su Registro Imprese, in un arco temporale che va dal 1 gennaio 2011 al 31 dicembre 2015, ha precisato **Rita Palumbo**, amministratore di WIP Consulting. Dall’elaborazione emerge una situazione di stagnazione: il mercato della comunicazione in Italia è rappresentato da poco più di 27mila imprese, con una media di ricavi per anno che non supera gli 8 milioni di euro. In termini occupazionali, il trend è in crescita, ma si tratta di soggetti professionali individuali – quasi il 60% - che offrono servizi e consulenza in modo occasionale, rincorrendo incarichi che i committenti non valorizzano e che retribuiscono sempre meno e sempre peggio. Nei cinque anni presi in esame, sono state costrette a chiudere (non per azioni giudiziarie) 12.153 imprese. Sono state avviate 9.109 nuove attività (sono aumentati le imprese individuali o sono state rilevate piccole imprese da grandi gruppi). Sono scomparsi dal mercato, definitivamente, 3.044 operatori (tra società, ditte individuali e liberi professionisti). Lo scenario non è roseo: svalutazione del valore delle prestazioni professionali; aumento del numero degli addetti occasionali; ricavi in diminuzione; mortalità e (ri)nascita di nuove imprese per rimanere sul mercato con strutture agili, leggere, a bassi costi di gestione, che lavorano ‘a chiamata’. Il tutto a dispetto dello sviluppo strutturale del settore, della crescita sana dell’occupazione e della produzione di valore economico. Siamo in un momento di svolta - e non solo per l’introduzione delle tecnologie digitali che stanno modificando profondamente i modelli di produzione delle imprese di comunicazione. Il settore denuncia elementi di grande debolezza economica e sistemica, che vanno affrontati con urgenza e coerenza. Occorre fare rete tra imprese non solo per conquistare e mantenere quote di mercato, ma per produrre cultura della comunicazione, per creare valore economico ed associativo. Si tratta di una grande sfida che parte da Milano e dalla Lombardia, regione che ha mantenuto il primato in Italia, anche durante gli anni peggiori della crisi, per fatturati, numeri di imprese ed occupazione”.*

Il programma è diviso in due sessioni, ognuna delle quali sarà introdotta da una ricerca inedita. I “ring” talk show, vedranno i big della comunicazione – imprese italiane, multinazionali, agenzie straniere e formatori - discutere confrontarsi e scontrarsi su temi che li vedono portatori di opposti interessi.

I temi dei ring:

1. **Agenzia vs Cliente:** è possibile individuare modelli di interazione in grado di soddisfare esigenze ed aspettative del cliente e di premiare le competenze dell’agenzia?
2. **Contenuti vs Strumenti:** in che modo le nuove tecnologie stanno modificando strategie e contenuti delle attività di comunicazione? Il futuro digitale cancellerà la professione del comunicatore o ne migliorerà le performance?
3. **Competenze tradizionali vs nuove competenze:** quanto l’expertise richiesta in Comunicazione è scientificamente e tecnicamente comprovabile? Chiunque può comunicare? È possibile tutelare la professionalità attraverso la certificazione delle competenze? Albi, Ordini o certificazioni?
4. **Italia vs mondo:** il mercato della Comunicazione in Italia sta vivendo un periodo di destabilizzazione. È così anche all’estero? Cosa possiamo mutuare da esperienze straniere?
5. **Scenari e problemi, ma quali soluzioni?**

Ai vertici delle maggiori associazioni di settore il compito di tirare le fila della giornata che si concluderà un Networking Cocktail.

**Materiali per la stampa disponibili nel sito [www.controverso.eu](http://www.controverso.eu), area press room**

Ufficio Stampa  
CONTROVERSO  
WIP Consulting  
Silvia Pasquali  
Mob. 338 4109280  
[media@wipconsulting.it](mailto:media@wipconsulting.it)  
[www.controverso.eu](http://www.controverso.eu)

Che cos’è CONTROVERSO - È un evento promosso da Asseprim, la Federazione nazionale dei servizi alle imprese che aderisce a Confcommercio- Imprese per l’Italia, ideato ed organizzato da: Wip Consulting, Tosi Campanini, InTribe, GNresearch, Losito&Partners, MZEassistant - [www.controverso.eu](http://www.controverso.eu) # Twitter # Facebook