

UNIONE CONFCOMMERCIO MILANO LODI MONZA E BRIANZA

18/04/2016 | Press release | Distributed by Public on 18/04/2016 16:19

CONTROVERSO, TUTTI I NUMERI DELLA COMUNICAZIONE - segnalazione

18/04/16 -

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 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, rincarando 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, area press room

Ufficio Stampa

CONTROVERSO

WIP Consulting

Silvia Pasquali

Mob. 338 4109280

media@wipconsulting.it

www.controverso.eu

Allegati:

Smartlinks | [Unione Confcommercio Milano Lodi Monza e Brianza](#) | [Confcommercio - Imprese per l'Italia Confederazione Generale Italiana delle Imprese, delle Attività Professionali e del Lavoro Autonomo](#) | [Notizie locali](#) | [Parti sociali](#) | [Associazioni professionali e di categoria](#)