

Analisi Assorel - anno 2007 -

L'andamento del mercato delle Relazioni Pubbliche in Italia: * settori merceologici * aree professionali

Milano, 7 luglio 2008

"Il 2007 anno d'oro per le Relazioni Pubbliche", è questo il titolo del *report* che ha analizzato il mercato globale delle Relazioni Pubbliche elaborato da ICCO, *International Communication Consultancy Organisation*, l'organizzazione che riunisce le Associazioni delle società di RP in ventinove paesi del mondo rappresentativi delle principali economie occidentali.

L'indagine italiana che deriva dalle risposte al questionario che Assorel propone annualmente ai propri Soci e che ha l'obiettivo di comprendere le tendenze in atto per quanto riguarda l'andamento del giro d'affari, la ripartizione del fatturato della agenzie associate per i principali settori merceologici, per le aree di intervento e le previsioni per il prossimo anno, ha confermato anche in Italia per il 2007 la tendenza positiva del settore che è cresciuto di oltre il 30% nel triennio, in controtendenza rispetto ai *trend* generali economici e dei mercati.

Tra i motivi questo che hanno generato questi risultati, a livello globale e italiano, se ne possono citare almeno tre principali:

- 1) la Comunicazione sta assumendo un'importanza strategica in tutti i tipi di organizzazione
- 2) il posizionamento di un'impresa e/o di una marca non può più essere gestito esclusivamente all'interno dell'azienda
- 3) le Relazioni Pubbliche si sono dimostrate e affermate come uno strumento efficace e guadagnano quote di investimento rispetto alle altre discipline della Comunicazione.

Inoltre la Comunicazione sta guadagnando importanza nei piani strategici delle aziende, che devono tener conto dei cambiamenti sociali e delle opinioni dei singoli interlocutori con i quali le imprese si confrontano, siano essi clienti o consumatori, la cui "voce" è resa sempre più accresciuta dall'evoluzione dei *Media* digitali che consentono di esprimere pareri 'in tempo reale' ad un *audience*

globale, mentre il *Management* delle imprese non ha più la possibilità di controllare i messaggi che attengono alla reputazione e alla percezione delle attività aziendali.

Si associa inoltre la domanda crescente per la trasparenza delle organizzazioni, siano esse imprese, istituzioni governative, enti *no-profit*, Associazioni, che si trovano ad interfacciarsi con uno scenario sempre più complesso e pertanto si rivolgono ad esperti di Relazioni Pubbliche per supporto e consulenza.

Variabili di scenario

Pur provenendo da due anni di crescita consistente, il mercato italiano delle Relazioni Pubbliche rappresentato dalle agenzie associate ad Assorel ha confermato le positive previsioni già emerse a metà del 2007 che indicavano un diffuso ottimismo sulla chiusura dell'anno in corso.

Molteplici sono le variabili che hanno determinato e stanno determinando questo *trend* di incremento e tra gli operatori qualificati c'è la consapevolezza che si tratti di una crescita strutturale e non congiunturale, che fa riferimento al fatto che le Relazioni Pubbliche siano ormai percepite come parte della coalizione dominante all'interno dell'impresa e del *Management* strategico, con il conseguente spostamento della Comunicazione dal concetto di influenza a quello di dialogo.

A questo si deve aggiungere l'evoluzione dei Media Digitali che hanno dato un grosso impulso ai *Social Network*, l'avvicinarsi di nuovi settori merceologici alla disciplina delle RP, tutti elementi che dimostrano lo stato di salute del mercato che cresce in modo più o meno omogeneo sia per i differenti mercati che per le aree di intervento.

Lo sviluppo del settore si confronta peraltro con le quotidiane turbolenze che attraversano l'economia e i mercati nazionali ed internazionali, variabili che inducono alla cautela nelle previsioni di andamento per il 2008.

Il 56% delle agenzie ritiene che vi sarà ancora un incremento di fatturato per la propria società, verso il 44% che indica stabile la previsione del 2008, mentre poco più della metà degli intervistati prevede un'ulteriore crescita del mercato per l'anno in corso, indicato a "crescita zero" per il 35% dei rispondenti, se non in leggero calo per il 12%.

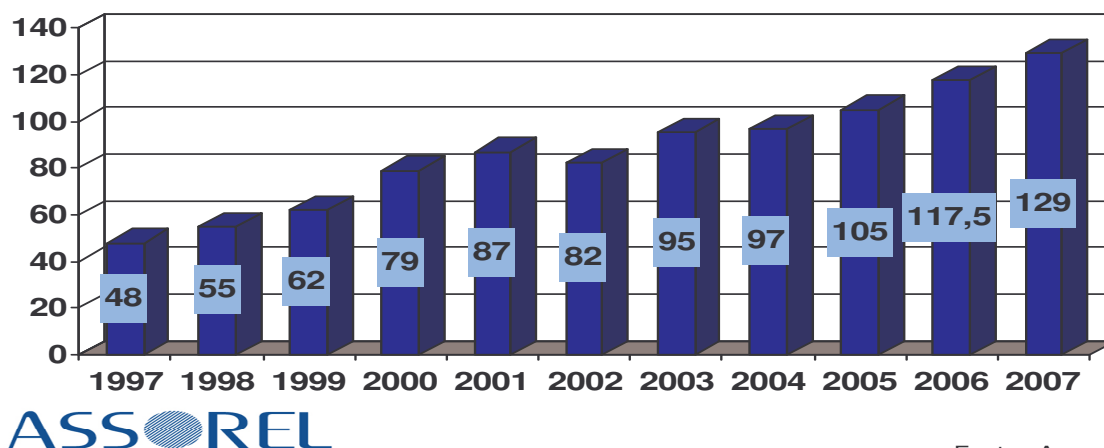
Rientra la tendenza all'utilizzo delle Relazioni Pubbliche in modo più "tattico", come dimostrato dall'aumento dei contratti annuali rispetto a quello a progetto.

	2005	2006	2007
Contratti 'a progetto'	58%	63%	52%
Contratti 'annuali'	42%	37%	48%

Consuntivo 2007: fatturati e numero di addetti

Sulla base di quanto sopra indicato, la stima Assorel del mercato sviluppato dalle **51 Agenzie** associate si attesta intorno a **129 milioni di Euro di fatturato sviluppato dai soli onorari professionali**, cifra d'affari che deriva dall'incremento dell'10% rispetto al 2006.

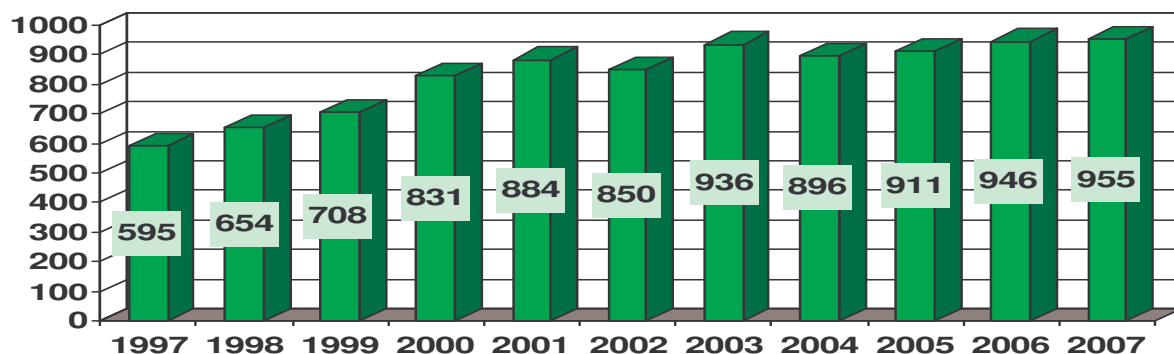
Fatturato onorari in milioni di Euro



Fonte : Assorel

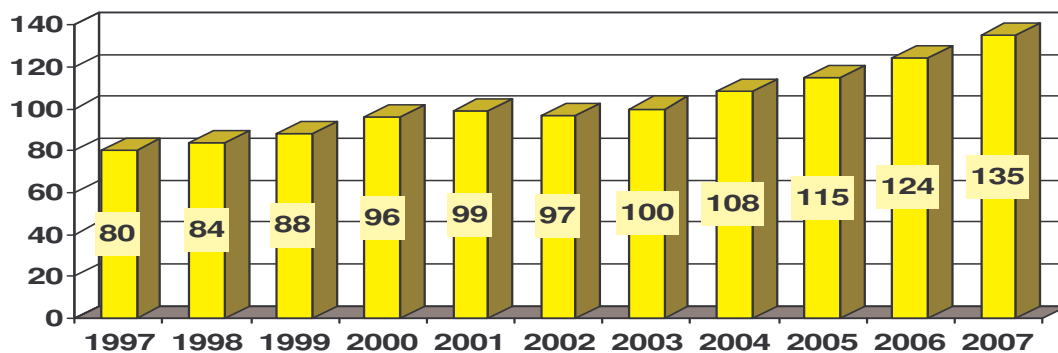
Più contenuto l'incremento degli addetti operanti presso le agenzie associate ad Assorel che si avvicinano alle mille unità,

Totale addetti



portando la redditività media delle agenzie associate che raggiungono la quota di **135.000 Euro di fatturato medio per addetto**.

Fatturato per addetto in .000 Euro



Andamento dei settori merceologici

Da segnalare la dinamica della ripartizione del *business* per i settori merceologici, all'interno dei quali si evidenzia l'importanza del Largo Consumo, la crescita dei Servizi, e l'ampliamento a nuove aree, tra le quali gli Associati hanno segnalato l'arredamento, l'immobiliare e anche la Comunicazione Politica, in calo il settore finanziario/assicurativo, si conferma la mancata affermazione della Pubblica Amministrazione come settore trainante del mercato.

Mercato di appartenenza	%2005	%2006	%2007	Pari a Onorari (Euro)
Industria Alimentare	15,6	13,7	13,6%	17.544.000
Finanza/Assicurazioni	13,2	13,8	9,6%	12.384.000
<i>High-tech</i>	11,6	10,9	11,1%	14.319.000
Pubblica Amministrazione	10,3	6,6	3,5%	4.515.000
Industria farmaceutica/Salute	8,7	9,1	9,1%	11.739.000
Servizi	7,7	9,3	11,8%	15.222.000
Industria Tessile/Abbigl./Accessori	5,7	5,6	5,9%	7.611.000
Industria metalmeccanica	5,4	5,8	3,7%	4.773.000
Turismo/Viaggi/Tempo libero	5,2	5,9	6,8%	8.772.000
Distribuzione	3,8	4,7	3,7%	4.773.000
Autotrasporti	2,2	2,4	4,2%	5.418.000
<i>Media</i>	1,6	2,3	3,7%	4.773.000
Telecomunicazioni	1,5	2,0	1,1%	1.419.000
Industria chimica	1,3	1,1	1,3%	1.677.000
Sport	1,0	1,4	1,3%	1.677.000
<i>No profit</i>	0,7	0,5	1,0%	1.290.000
Agricoltura	0,03	1,0	0,7%	903.000
Altro	4,5	3,9	7,9%	10.191.000
TOTALE	100%	100%	100%	129.000.000

Andamento delle aree professionali

Più stabile la suddivisione del mercato per aree professionali con le *Media Relations* che rafforzano la *leadership*, avvicinandosi al 30% di quota, seguite da Comunicazione di Prodotto e Istituzionale, primi tre settori che sviluppano oltre il 60% del totale giro d'affari.

Area professionale	%2005	%2006	%2007	Pari a Onorari (Euro)
Relazioni con i <i>Media</i>	27,3	27,4	29,5%	38.055.000
Comunicazione di Prodotto	18,5	17,8	18,1%	23.349.000
Comunicazione Istituzionale	16,8	15,8	15,0%	19.350.000
Organizzazione Eventi	9,7	10,6	9,5%	12.255.000
Comunicazione Finanziaria	7,1	6,8	7,0%	9.030.000
<i>Crisis Management</i>	5,3	5,1	4,8%	6.192.000
Comunicazione Sociale	4,5	2,4	1,6%	2.064.000
<i>Public Affairs</i>	2,8	2,5	2,5%	3.225.000
Comunicazione Interna	2,1	2,5	2,9%	3.741.000
Prodotti Editoriali	1,9	1,3	2,4%	3.096.000
Relazioni BtoB	1,3	2,1	2,0%	2.580.000
Sponsorizzazioni	1,1	0,5	0,3%	387.000
Comunicazione Ambientale	1,0	4,0	3,4%	4.386.000
Altro	0,6	1,2	1,0%	1.290.000
TOTALE	100%	100%	100%	129.000.000