

# LA INDUSTRY DELLA COMUNICAZIONE

a cura del  
Gruppo Merceologico  
“Servizi per la Comunicazione d'Impresa”  
e del Centro Studi di Assolombarda

## INDICE

Sez. 1 - Le imprese della comunicazione di Assolombarda

Sez. 2 - Focus sulla Industry a Milano e Lombardia

## ASSOLOMBARDA IN PILLOLE

### Assolombarda

6200 imprese

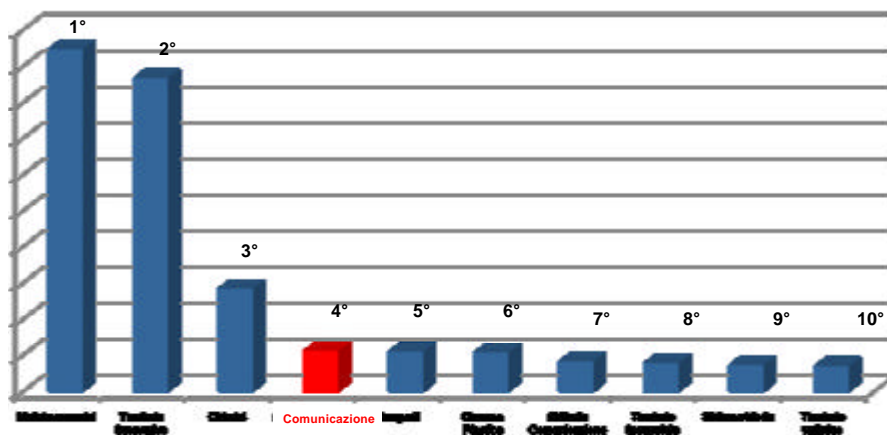
18 gruppi merceologici: manifatturiero (55%), servizi (45%)



alimentazione  
attività estrattive  
chimico  
comunicazione d'impresa  
editoria e comunicazione  
energia  
gomma-plastica  
industrie varie  
legno-arredo

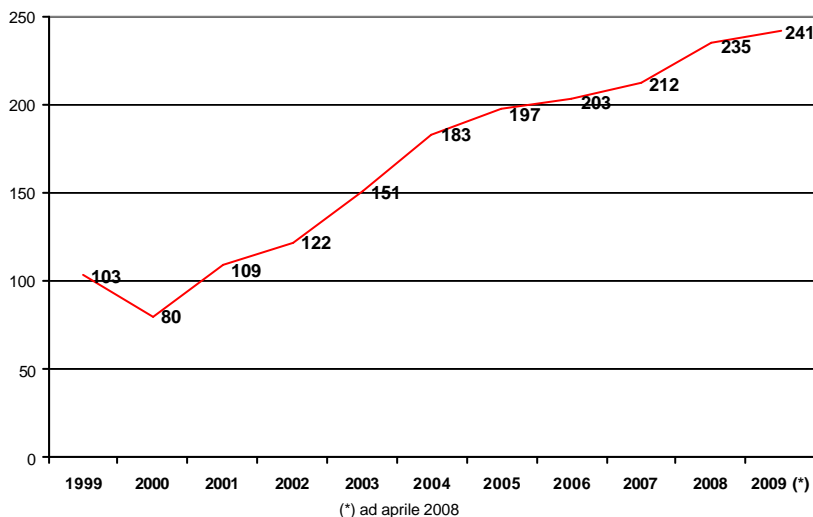
metalmecanico  
sanità  
sistema moda  
telecomunicazioni  
terziario industriale  
terziario innovativo  
terziario turismo  
trasporti  
videofonografica

## GRUPPI MERCEOLOGICI ASSOLOMBARDA CLASSIFICA PRIMI 10 GRUPPI



Fonte: Assemblea Generale di Assolombarda 23 giugno 2008

## IL DINAMISMO DEL GRUPPO MERCEOLOGICO SERVIZI PER LA COMUNICAZIONE DI IMPRESA



## IL PROFILO DEL GRUPPO MERCEOLOGICO SERVIZI PER LA COMUNICAZIONE D'IMPRESA DI ASSOLOMBARDA

<b>La Nascita:</b>	1999
<b>La Struttura:</b>	Aggregazione merceologica di tutti i comparti della comunicazione d'impresa
<b>La Reason Why:</b>	Espressione all'interno di un territorio con la più forte concentrazione della industry specifica
<b>Il Consiglio:</b>	10 Consiglieri e 5 Invitati Permanenti rappresentanti pro-quota le imprese appartenenti a grandi Gruppi (30%) e le imprese autonome (70%)
<b>Gli associati:</b>	241 imprese a marzo 2009
<b>Gli addetti:</b>	4.565 (a Milano e Provincia)

## RUOLO DELL'ASSOCIAZIONE NEL CONTESTO DEL PANORAMA DELLA COMUNICAZIONE

### 1. Area consulenza alle imprese associate

economico-fiscale, legale-normativa, sindacale, contratto ad hoc per la comunicazione

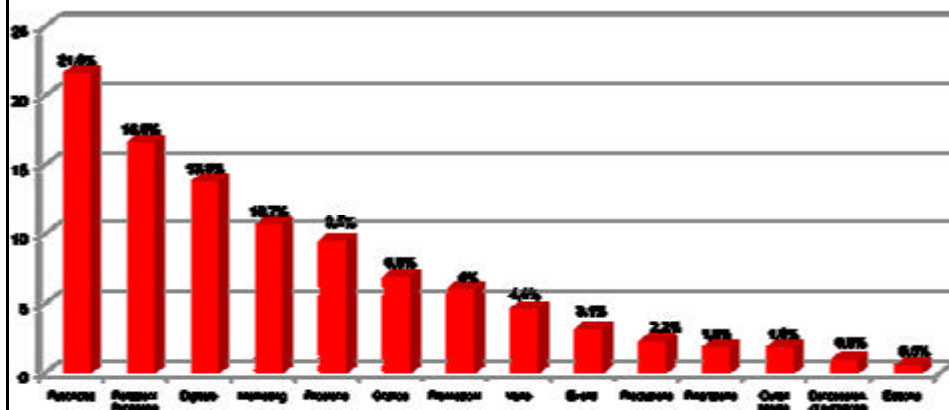
### 2. Area delle attività di sviluppo delle imprese associate

attraverso: corsi di formazione finanziata gestionale e professionale, studio sulla "industry della comunicazione"

### 3. Area sviluppo cultura della comunicazione d'impresa

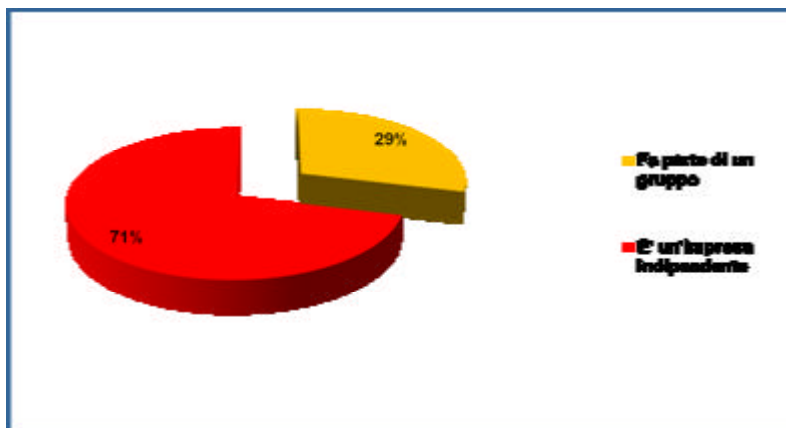
cicli mirati: "I pomeriggi della comunicazione", "Giornata annuale della comunicazione d'Impresa"

## LA COMPOSIZIONE DEL SETTORE - Attività -



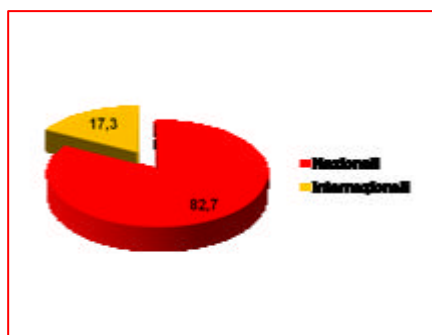
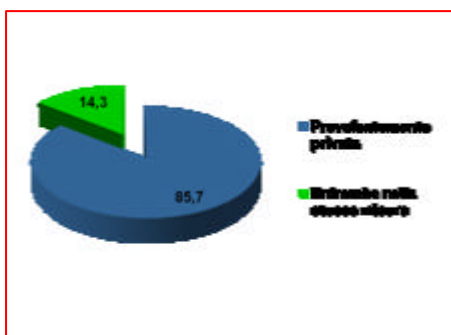
Fonte: Elaborazioni Centro studi e Gruppo Merceologico della Comunicazione d'Impresa di Assolombarda

## IMPRESE DI COMUNICAZIONE CHE FANNO PARTE DI UN GRUPPO



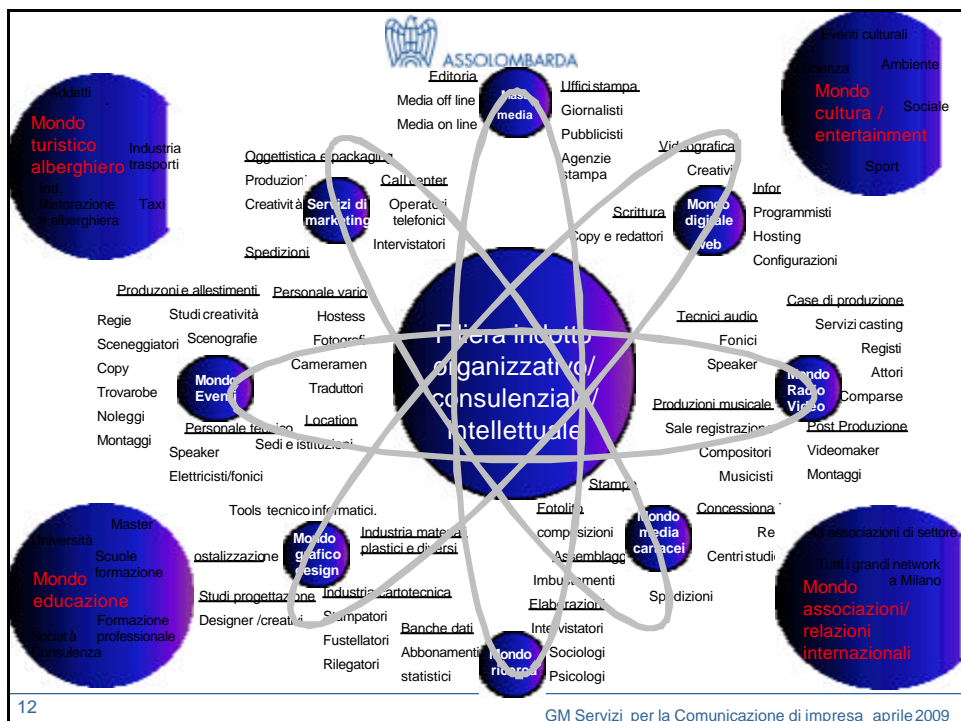
Fonte: indagine conoscitiva Assolombarda su campione 30 Imprese/2006

## FATTURATO PER TIPOLOGIA DI CLIENTELA



Fonte: indagine conoscitiva Assolombarda su campione 30 Imprese/2006

## “L'ESSENZA” DELLA INDUSTRY

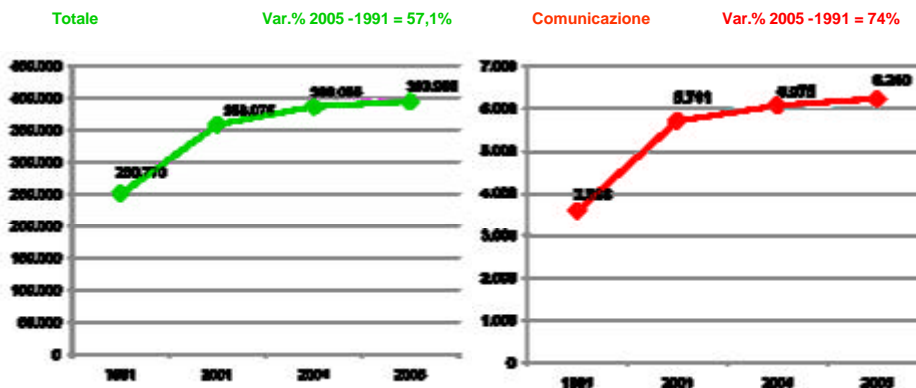


## INDICE

Sez. 1 - Le imprese della comunicazione di Assolombarda

Sez. 2 - Focus sulla Industry a Milano e Lombardia

## SVILUPPO DELLE IMPRESE A MILANO - Unità produttive -



Fonte: 1991 - 2001 Istat, Censimento dell'industria e dei servizi 2001, 2004 - 2005 Istat, Registro statistico delle unità locali delle imprese (ASIA UL - 2005)



ASSOLOMBARDA

## SVILUPPO DELLE IMPRESE A MILANO

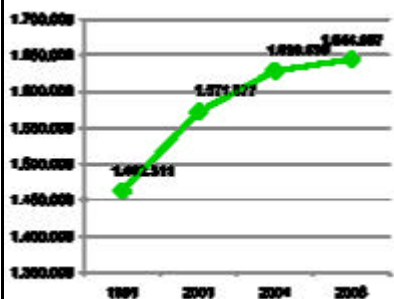
### - Addetti -

Totale

Var.% 2005 - 1991 = 12,5 %

Comunicazione

Var.% 2005 - 1991 = 25,2 %



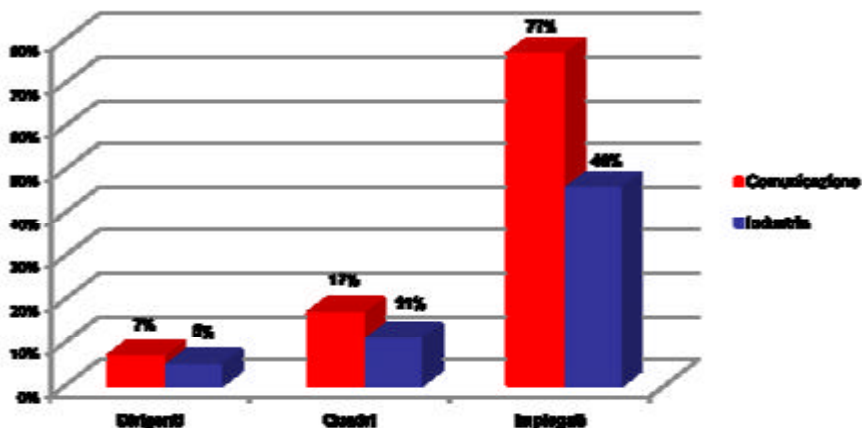
Fonte: 1991 - 2001 Istat, Censimento dell'industria e dei servizi 2001, 2004 - 2005 Istat, Registro statistico delle unità locali delle imprese (ASIA UL - 2005)



ASSOLOMBARDA

## PROFILI PROFESSIONALI

### - le Qualifiche (2007) -

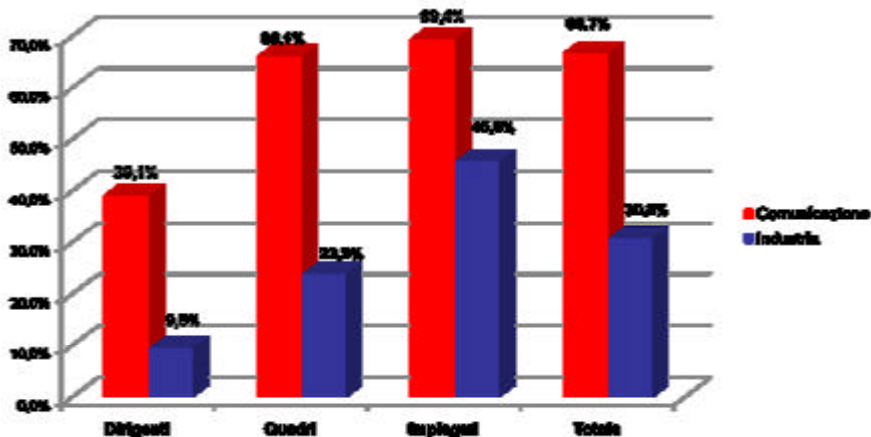


Nel calcolo delle % dell'industria sono presenti anche le qualifiche di operai e intermedi non rappresentati in questo grafico

Fonte: Centro Studi Assolombarda, Indagine annuale sul lavoro 2007

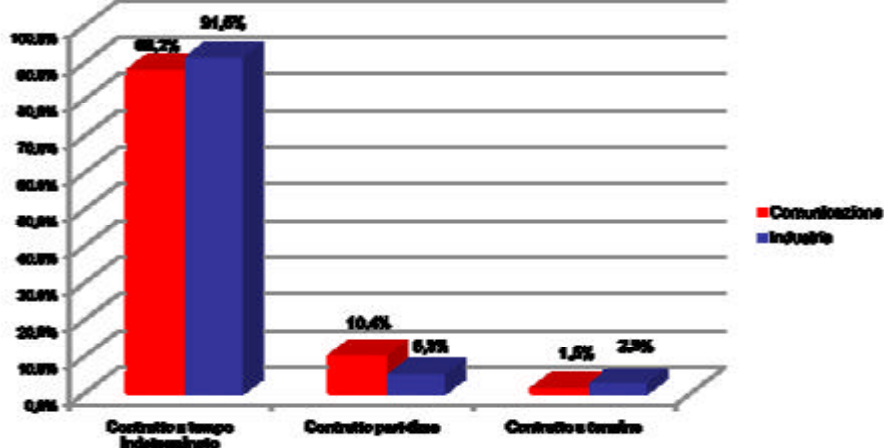


## PROFILI PROFESSIONALI - la Presenza delle Donne (2007) -



Fonte: Centro Studi Assolombarda, Indagine annuale sul lavoro 2007

## PROFILI PROFESSIONALI - le Tipologie di Contratto (2007) -



Fonte: Centro Studi Assolombarda, Indagine annuale sul lavoro 2007