

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%)



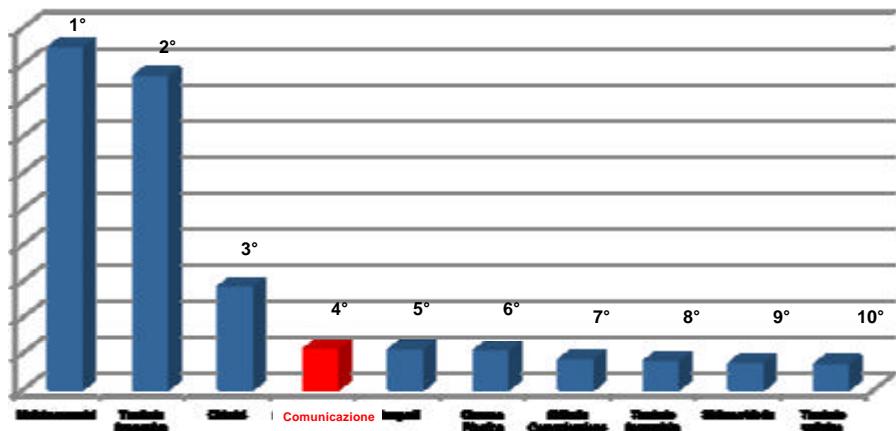
alimentazione
attività estrattive
chimico
comunicazione d'impresa
editoria e comunicazione
energia
gomma-plastica
industrie varie
legno-arredo

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

3

GM Servizi per la Comunicazione di impresa_aprile 2009

GRUPPI MERCEOLOGICI ASSOLOMBARDA CLASSIFICA PRIMI 10 GRUPPI

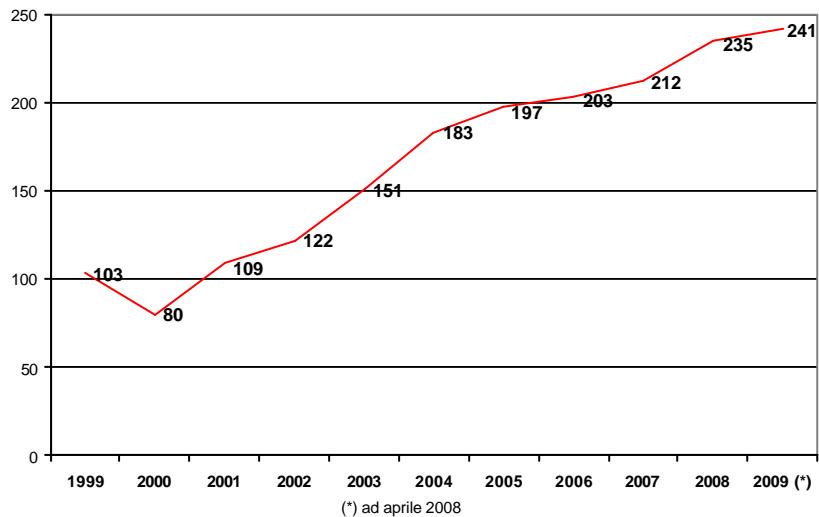


Fonte: Assemblea Generale di Assolombarda 23 giugno 2008

4

GM Servizi per la Comunicazione di impresa_aprile 2009

IL DINAMISMO DEL GRUPPO MERCEOLOGICO SERVIZI PER LA COMUNICAZIONE DI IMPRESA



5

GM Servizi per la Comunicazione di impresa_aprile 2009

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

La Nascita:

1999

La Struttura:

Aggregazione merceologica di tutti i comparti
della comunicazione d'impresa

La Reason Why:

Espressione all'interno di un territorio con la più
forte concentrazione della industry specifica

Il Consiglio:

10 Consiglieri e 5 Invitati Permanent
rappresentanti pro-quota le imprese
appartenenti a grandi Gruppi (30%) e le imprese
autonome (70%)

Gli associati:

241 imprese a marzo 2009

Gli addetti:

4.565 (a Milano e Provincia)

6

GM Servizi per la Comunicazione di impresa_aprile 2009

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

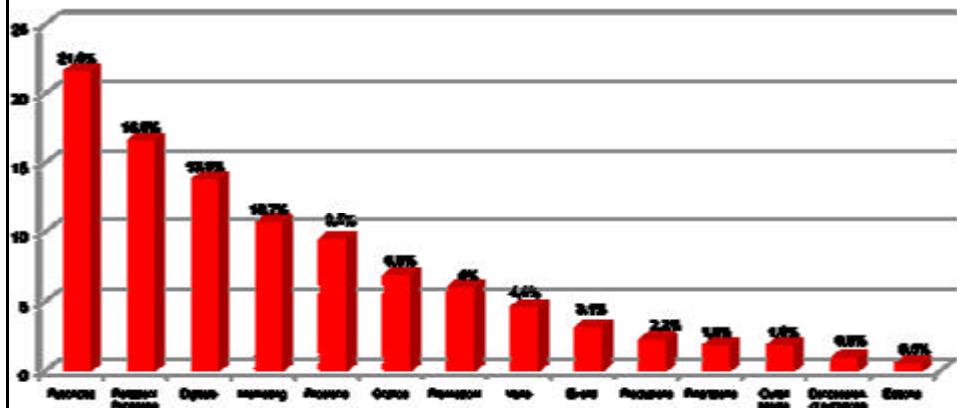
2. Area delle attività di sviluppo delle imprese associate

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

3. Area sviluppo cultura della comunicazione d'impresa

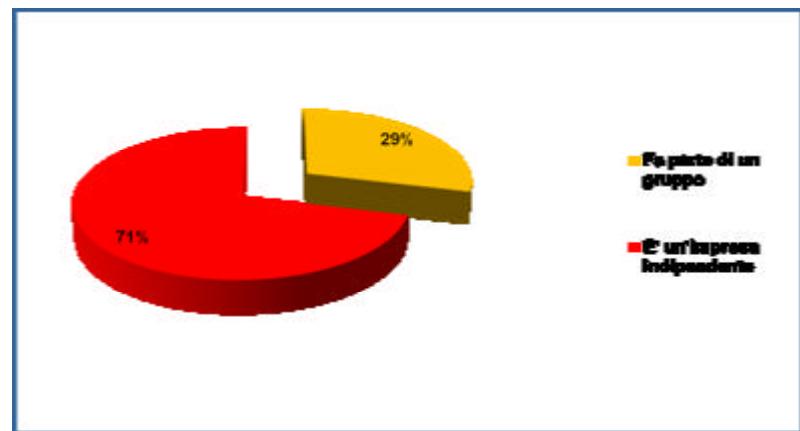
cicli mirati: "I pomeriggi della comunicazione", "Giornata annuale della comunicazione d'Impresa"

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

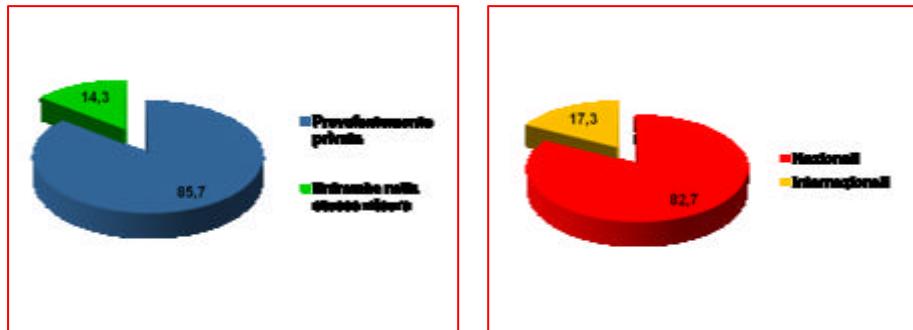


Fonte: indagine conoscitiva Assolombarda su campione 30 Imprese/2006

9

GM Servizi per la Comunicazione di impresa_aprile 2009

FATTURATO PER TIPOLOGIA DI CLIENTELA

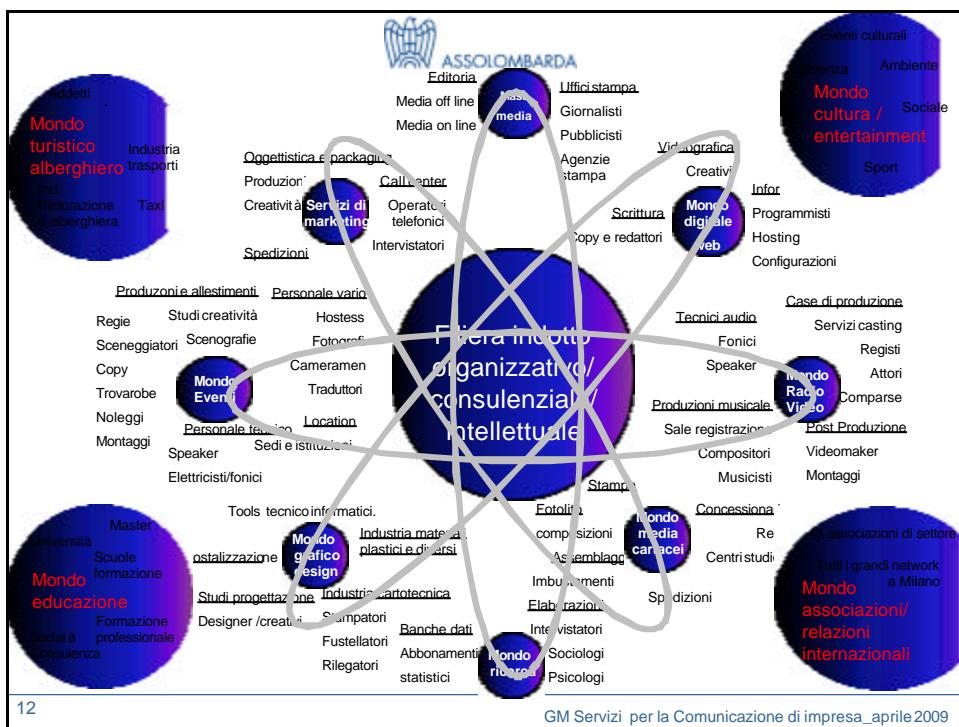
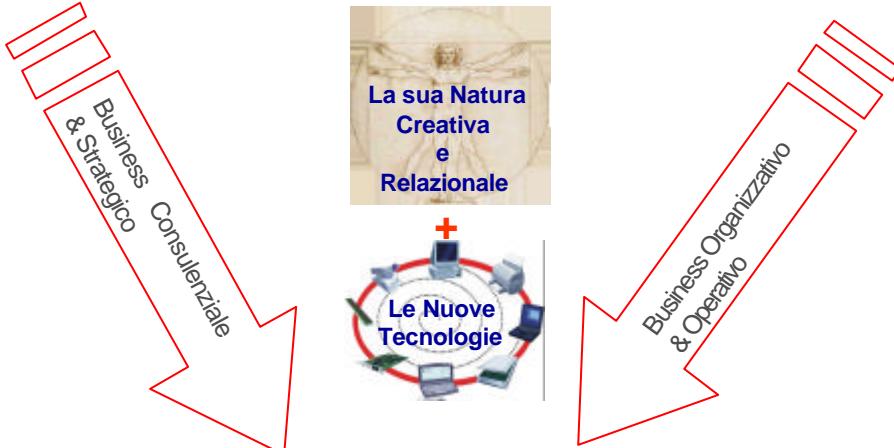


Fonte: indagine conoscitiva Assolombarda su campione 30 Imprese/2006

10

GM Servizi per la Comunicazione di impresa_aprile 2009

"L'ESSENZA" DELLA INDUSTRY

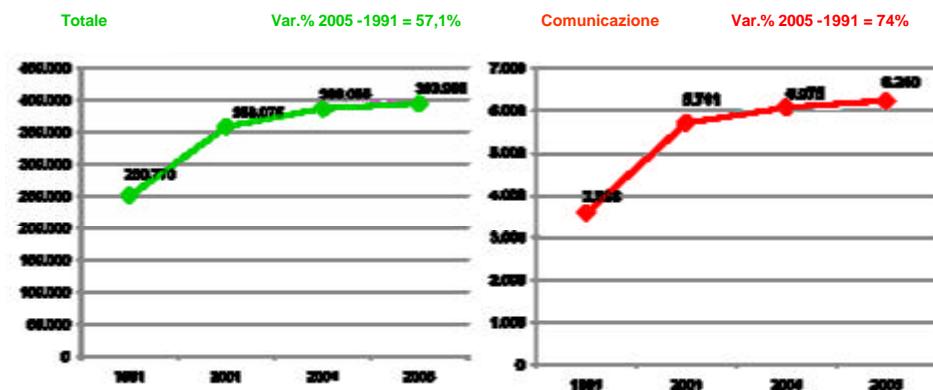


INDICE

Sez. 1 - Le imprese della comunicazione di Assolombarda

Sez. 2 - Focus sulla Industry a Milano e Lombardia

SVILUPPO DELLE IMPRESE A MILANO - Unità produttive -



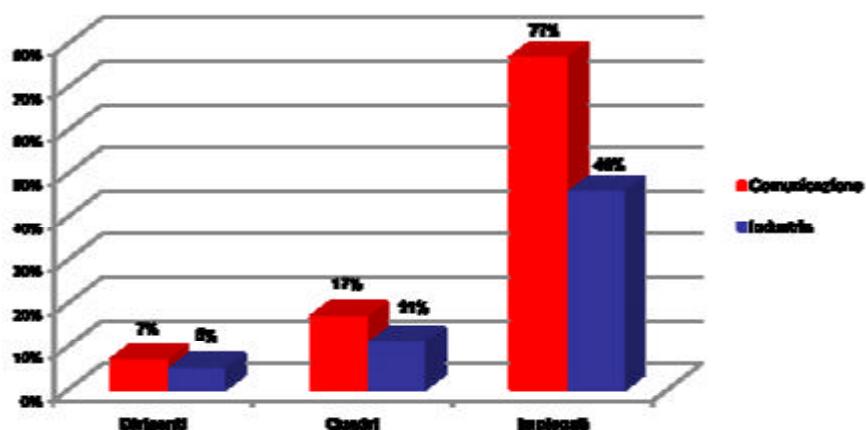
Fonte:1991 - 2001 Istat, Censimento dell'industria e dei servizi 2001, 2004 – 2005 Istat, Registro statistico delle unità locali delle imprese (ASIA UL – 2005)

Sviluppo delle imprese a Milano - Addetti -



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

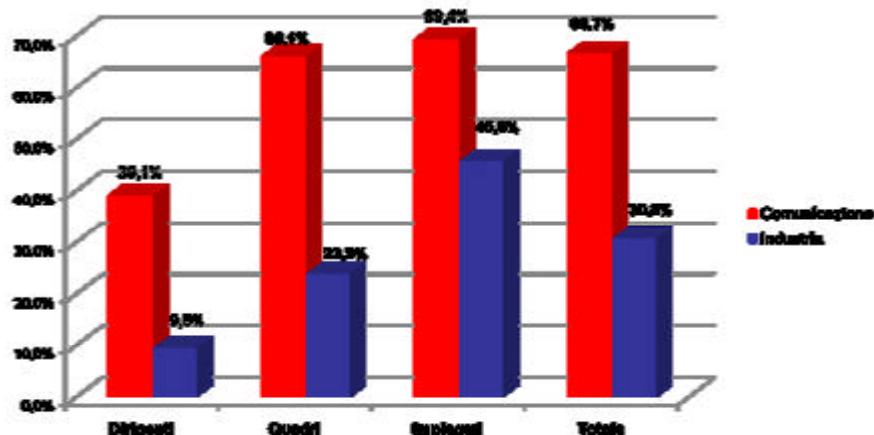
PROFILI PROFESSIONALI - le Qualifiche (2007) -



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

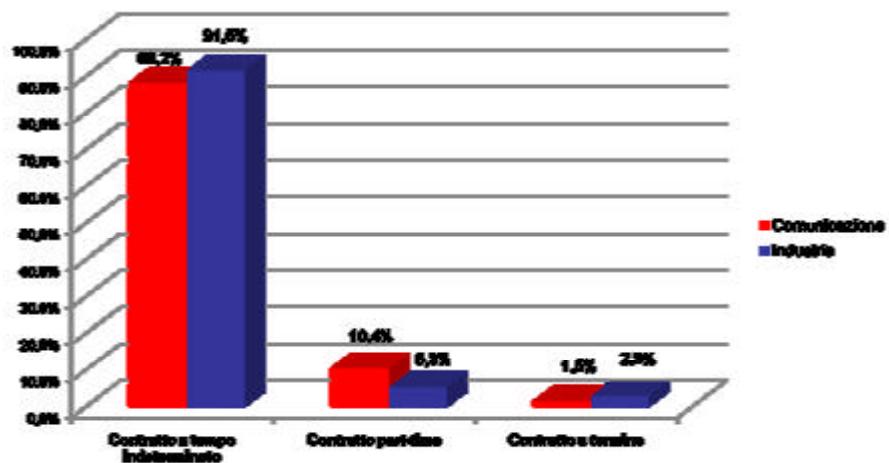
Fonte: Centro Studi Assolombarda, Indagine annuale sul lavoro 2007

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