

Analisi Assorel - anno 2009 -

L'andamento del mercato delle Relazioni Pubbliche in Italia:

✱ **settori merceologici**

✱ **aree professionali**

Milano, 12 maggio 2010

☛ **Variabili di scenario**

Come consuetudine annuale Assorel ha sviluppato anche per il 2009 l'Indagine sull'andamento e previsione del mercato italiano delle RP, i cui risultati derivano dalle risposte al questionario che l'Associazione propone ai propri Soci, con cadenza temporale anticipata rispetto al passato per aiutare gli operatori della *Business Community* a meglio comprendere e anticipare le tendenze del settore delle Relazioni Pubbliche in Italia, le dinamiche in atto relativamente all'andamento del giro d'affari e alla ripartizione del fatturato delle agenzie associate per i principali settori merceologici e per le aree di intervento.

Dopo sei anni di crescita consecutiva e consistente, che ha segnato un incremento del +14% nel triennio 2008/2006 in controtendenza rispetto a tutti gli indicatori dell'"economia reale", anche il settore delle RP ha risentito del periodo di stagnazione dei mercati e dei consumi che ha caratterizzato il 2009, pur riuscendo a contenere il calo nell'ordine del -1%, un dato che può essere ritenuto positivo, in particolare se confrontato con il calo del comparto della Comunicazione che ha registrato, per alcune discipline adiacenti alle RP, decrementi a "due cifre".

Molteplici e diversificate le motivazioni che ne hanno determinato la sostanziale tenuta, tra i quali l'allargamento della base degli utenti, sia in termini dimensionali che geografici, la percezione che le RP siano utilizzate come leva strategica nel governo di un'impresa e il modello di offerta che è risultato competitivo rispetto ad altri settori della Comunicazione.

Le aziende stanno inoltre riservando una sempre maggiore importanza alla reputazione e alla qualità etica percepita, sia della marca che dell'azienda stessa, variabili per la cui costruzione è indispensabile il supporto di iniziative di RP e alle quali le imprese stanno dedicando un incremento degli investimenti in comunicazione, accresciute dalla rivoluzione digitale in atto, che ne ha comportato la disintermediazione, imponendo ai comunicatori un *focus* sempre più accentuato verso canali e fonti informative.

Grande attenzione è stata dedicata alla gestione interna delle risorse professionali, in contenuta contrazione, peraltro più significativa dell'andamento dei fatturati, a riprova della tendenza a bilanciare le tensioni presenti nel settore sul fronte degli onorari.

Si conferma l'utilizzo delle Relazioni Pubbliche nella suddivisione tra i contratti annuali rispetto a quelli a progetto, con la ripartizione al 50% tra le due diverse modalità di approccio alle campagne di RP.



	2007	2008	2009
Contratti 'a progetto'	52%	51%	50%
Contratti 'annuali'	48%	49%	50%

Previsioni 2010

A fronte di un anno di sostanziale stabilità del mercato le agenzie associate prevedono una ripresa per il 2010 che può esser stimata in un intorno del +2/5%, anche se non mancano le società che si aspettano per l'anno in corso un ulteriore periodo di recessione.

Resta quindi dettata da una certa disomogeneità di ipotesi la tendenza per il 2010, a conferma del clima di incertezza che domina i mercati e le economie.

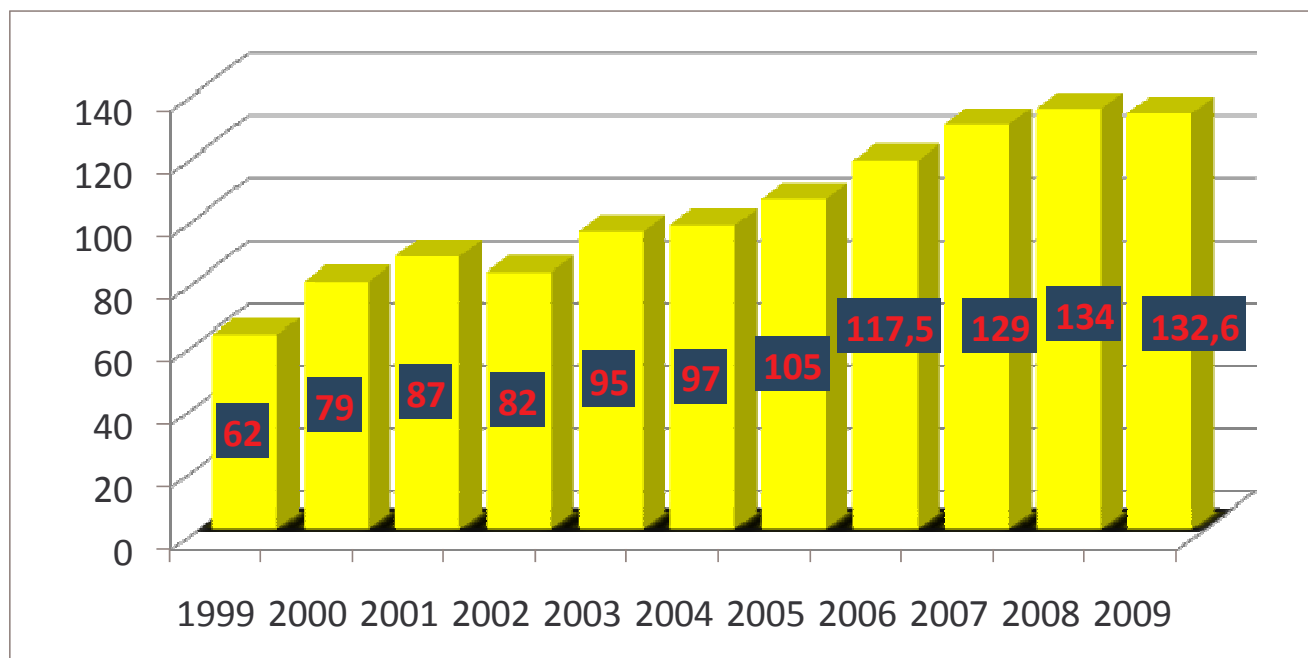
Il 50% delle agenzie ritiene che vi sarà uno sviluppo del settore, prevalentemente indicato nel + 5%, mentre il 24% prevede un mercato stabile con il restante 26% che indica invece un'ulteriore contrazione per le Relazioni Pubbliche, nell'ordine del -5/10%.

La somma degli "ottimisti" (mercato in crescita) e dei "cauti" (mercato stabile) porta comunque a 74% del totale società associate ad Assorel che ritengono il settore non in recessione rispetto al 2009.

Consuntivo 2009: fatturati e numero di addetti

Sulla base di quanto sopra indicato, la stima Assorel del mercato sviluppato dalle Società associate si attesta intorno a **132,6 milioni di Euro di fatturato sviluppato dai soli onorari professionali**, cifra d'affari che deriva dal decremento del **-1,0% rispetto al 2008**.

Fatturato onorari in milioni di euro



Fonte Assorel

In leggero calo (-3%) gli **addetti** operanti presso le agenzie associate ad Assorel che si attestano su **920 unità**

ASSOREL Via Mameli, 4 - 20129 Milano - Italia Tel. +39 2 70.10.07.04 - Fax: + 39 2 70.10.54.14

Sito web: www.assorel.it - e-mail: segreteria@assorel.it

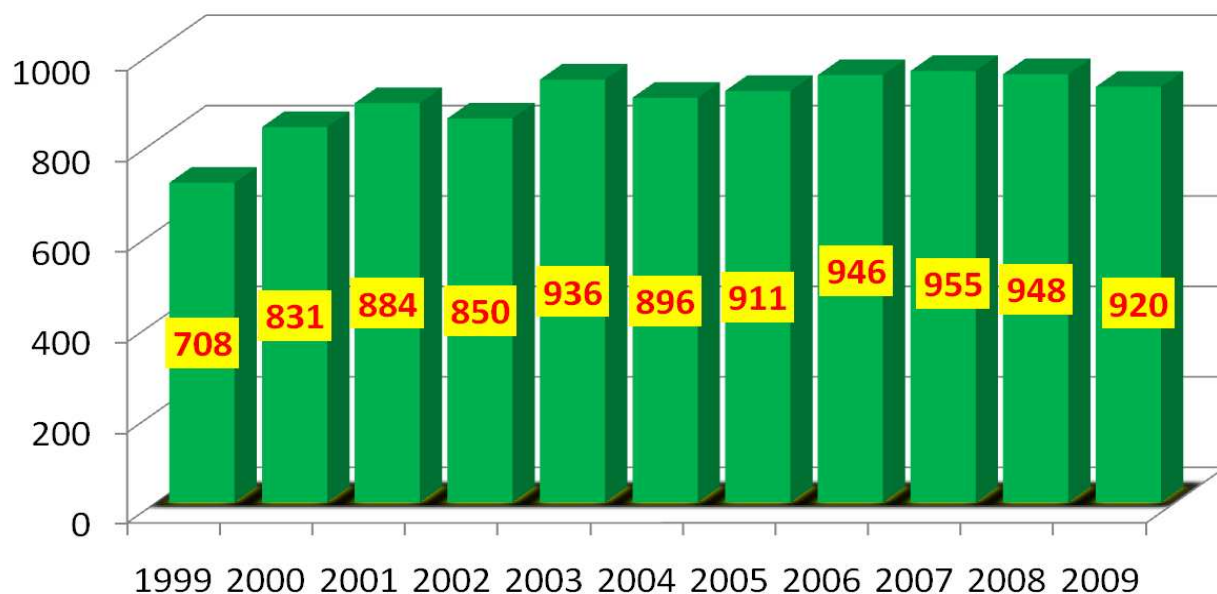
Codice fiscale: 06395720151 - Partita Iva: 12095730151

aderente a



CONFINDUSTRIA SERVIZI
INNOVATIVI E TECNOLOGICI

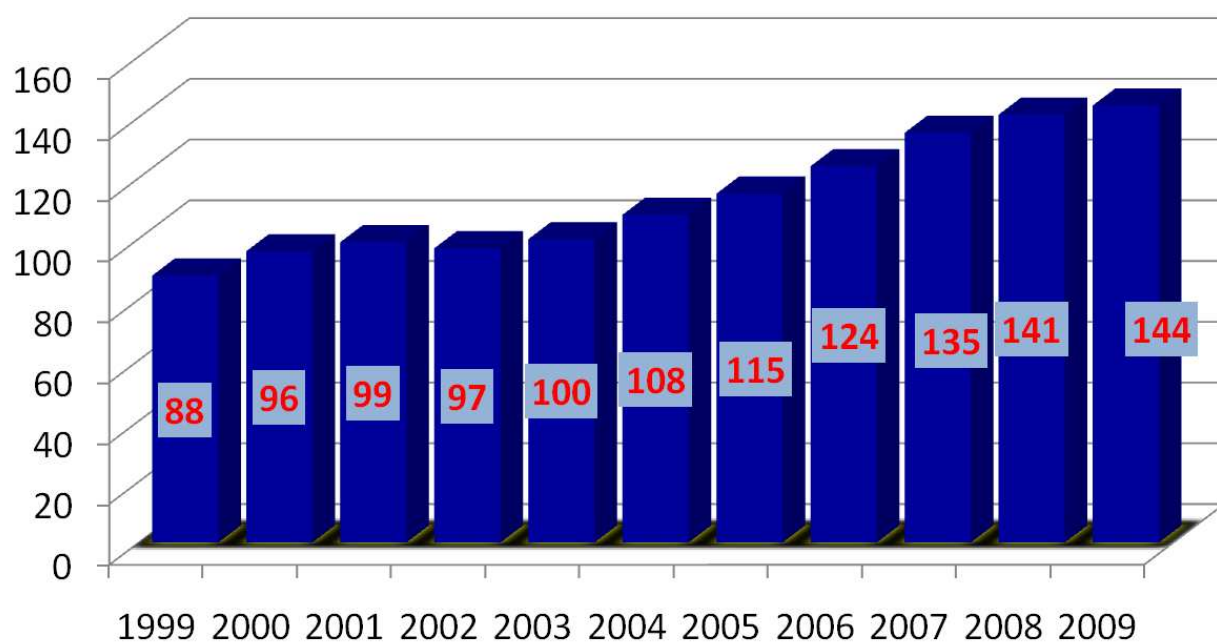
Totale addetti



Fonte Assorel

portando la redditività media delle agenzie associate alla quota di **144.000 Euro di fatturato medio per addetto**.

Fatturato per addetto .000 euro



Fonte Assorel

Andamento dei settori merceologici

Cresce il "Largo Consumo", declinato attraverso il settore Alimentare, Farmaceutico e GDO, si conferma l'incremento delle Telecomunicazioni, peraltro ancora sotto media rispetto agli investimenti in altri settori della Comunicazione, in contrazione i "Servizi", i Finanziari/Assicurativi e l'High Tech mentre non decollano, a differenza di quanto avviene in altri Paesi Europei, gli investimenti della Pubblica Amministrazione.

Nuovi settori sono stati segnalati dagli Associati, a conferma dell'allargamento del mercato tra i quali Arredamento, Real Estate, Energia, Edilizia, Lusso, Beni Durevoli e Entertainment.

Mercato di appartenenza	%2007	%2008	%2009	Pari a Onorari (Euro)
Industria Alimentare	13,6	13,7%	16,7%	22.144.200
Industria farmaceutica/salute	9,1	10,0%	11,5%	15.249.000
High-tech	11,1	8,9%	8,3%	11.005.800
Finanza/Assicurazioni	9,6	9,6%	7,8%	10.342.800
Servizi	11,8	10,3%	7,0%	9.282.000
Distribuzione	3,7	5,5%	6,1%	8.088.600
Turismo/Viaggi/Tempo libero	6,8	6,0 %	5,5%	7.293.000
Industria Tessile/Abbigl./Accessori	5,9	4,7%	4,8%	6.364.800
Pubblica Amministrazione	3,5	5,9%	4,6%	6.099.600
Media	3,7	4,5%	4,5%	5.967.000
Telecomunicazioni	1,1	3,0%	3,8%	5.038.800
Autotrasporti	4,2	3,0%	3,6%	4.773.600
Industria metalmeccanica	3,7	3,0%	2,9%	3.845.400
Industria chimica	1,3	1,8%	2,2%	2.917.200
Sport	1,3	1,0%	2,2%	2.917.200
Non profit	1,0	0,5%	0,6%	795.600
Agricoltura	0,7	0,6%	0,5%	663.000
Altro	7,9	8,0%	7,4%	9.812.400
TOTALE	100%	100%	100%	132.600.000

Andamento delle aree professionali

Più stabile la suddivisione del mercato per aree professionali con le *Media Relations* al primo posto e la conferma di "Prodotto" e "Istituzionale", tradizionali segmenti nei quali si concentra il mercato.

Da segnalare la crescita del *Crisis Management*, in linea con il momento di mercato recessivo e delle *Public Affairs*, il minore utilizzo della Comunicazione Finanziaria e l'attestarsi delle "Digital PR", ormai entrate stabilmente nel *portfolio* delle agenzie.

Area professionale	%2007	%2008	%2009	Pari a Onorari (Euro)
Relazioni con i <i>Media</i>	29,5	30,0%	28,1%	37.260.600
Comunicazione di Prodotto	18,1	16,8%	18,5%	24.531.000
Comunicazione Istituzionale	15,0	15,5%	17,2%	22.807.200
Organizzazione Eventi	9,5	6,1%	6,4%	8.486.400
Comunicazione Finanziaria	7,0	6,8%	6,4%	8.486.400
<i>Crisis Management</i>	4,8	4,6%	6,1%	8.088.600
<i>Public Affairs</i>	2,5	3,2%	4,0%	5.304.000
<i>Digital PR</i>	-	3,2%	3,1%	4.110.600
Comunicazione Interna	2,9	2,7%	2,3%	3.049.800
Comunicazione Ambientale	3,4	3,8%	2,3%	3.049.800
Comunicazione Sociale	1,6	2,0%	2,1%	2.784.600
Prodotti Editoriali	2,4	2,6%	1,8%	2.386.800
Relazioni BtoB	2,0	1,8%	1,2%	1.591.200
Sponsorizzazioni	0,3	0,3%	0,3%	397.800
Altro	1,0	0,6%	0,2%	265.200
TOTALE	100%	100%	100%	132.600.000

