

## Holmes: 'Dalla crisi nuove opportunità per la comunicazione'

3/4/2009

**Paul Holmes**, ideatore del Premio internazionale *'The Holmes Report'* assegnato quest'anno all'agenzia **MS&L Italia**, durante una conferenza stampa nella sede milanese dell'agenzia guidata dal CEO **Daniela Canegallo** ha presentato un'analisi sulle nuove tendenze della comunicazione e delle relazioni pubbliche. L'agenzia ha chiuso il 2008 con una crescita in linea con il mercato delle RP **+3,9%** e cresce anche nel primo trimestre 2009.



"La crisi per certi versi è un momento di grande vitalità soprattutto per chi opera nel mondo della comunicazione. In momenti di minore disponibilità di risorse, infatti, hanno successo solo i progetti altamente innovativi e che più di altri offrono garanzie al cliente di sostegno della "brand equity" - ha dichiarato **Paul Holmes**, esperto in Relazioni Pubbliche ed ideatore del Premio internazionale *'The Holmes Report'* nel corso dell'incontro stampa tenutosi oggi, 3 aprile, presso MS&L Italia sul ruolo della comunicazione in questa fase di recessione.

Paul Holmes, durante l'intervento, ha presentato un'analisi sulle nuove tendenze della comunicazione e delle relazioni pubbliche, sui cambiamenti indotti dalla recessione economica, sul ruolo della comunicazione d'impresa per affrontare e superare la crisi, sullo sviluppo dei media digitali e sociali e sui criteri da lui sviluppati per attribuire il premio Holmes 'Agenzia dell'Anno'.

Per l'anno 2008, il premio *'The Holmes Report - Italian Consultancy of the Year'*, considerato fra i più autorevoli riconoscimenti nel settore della Comunicazione e delle Relazioni Pubbliche è stato assegnato all'agenzia **MS&L Italia**.

"In questo periodo di crisi sarebbe troppo pericoloso non sostenere il brand" ha commentato **Daniela Canegallo**, CEO di MS&L Italia. "Si può pensare di ridurre i target, di rivedere le strategie ma non di uscire dai giochi del marketing. Non dobbiamo dimenticare, ad esempio, che da un punto di vista strettamente 'corporate' le relazioni pubbliche sono uno strumento indispensabile per gestire al meglio le situazioni difficili, che possono coinvolgere sia le aziende sia il management".

Nel corso dell'incontro è emerso che l'andamento del mercato della comunicazione a livello globale dell'ultimo periodo e soprattutto le sue prospettive a breve risultano più che mai influenzati dalla criticità del contesto, tuttavia l'inevitabile restrizione del budget da parte delle aziende potrebbe tradursi, alla fine, in un'opportunità per le agenzie di RP dato che le aziende potrebbero privilegiare questa disciplina ad altre forme di comunicazione più onerose.

Inoltre, Holmes ha sottolineato la tendenza in atto verso uno spostamento degli investimenti dai mezzi classici verso il mondo del 'social media'. La comunicazione ed il marketing on line, infatti, non solo hanno costi globalmente minori ma assicurano una maggiore flessibilità nella gestione delle risorse, perché non richiedono pianificazioni di medio-lungo periodo. I criteri di misurazione maggiormente usati per le attività di comunicazione on line, secondo una recente ricerca realizzata dal network MS&L, sono: impatto su vendite e fatturato (55,6%); aumento della notorietà del brand o del prodotto (36,9%); incremento della quota di mercato (19,4%)

L'agenzia ha chiuso il 2008 con una crescita in linea con il mercato delle RP **+3,9%** e nel 1° trimestre del 2009 registra una buona crescita. Tra le principali aree d'azione dell'agenzia Crisis Management, Corporate Social Responsibility e Digital PR. **Sanofy Aventis** e **Ralph Lauren** alcuni dei nuovi clienti acquisiti recentemente dall'agenzia.