

# Allarme pubblicità Investimenti in fuga

*Si teme un crollo a due cifre nel primo trimestre 2012*

DA MILANO ANDREA D'AGOSTINO

**I**l 2012? Potrebbe essere l'anno della fuga dalla pubblicità in Italia. Quest'anno ci si aspetta infatti un calo di investimenti intorno al 5%, molto peggio del 2011, quando si attestò al -3,1%. «Rischiando di diventare un Paese destinato solo al consumo e non all'investimento». È l'allarme lanciato ieri da Lorenzo Sassoli de Bianchi, presidente dell'Upa (Utenti pubblicità associati), alla presentazione del secondo summit sulla comunicazione promosso dall'associazione, che si terrà al teatro Strehler di Milano dal 4 al 5 luglio.

«Tra pochi giorni usciranno i dati Nielsen sul mercato pubblicitario: se le previsioni fossero confermate, ma il condizionale è d'obbligo - avverte Sassoli - per il primo trimestre ci sarebbe un calo a due cifre, inclusa la televisione: è una cosa che non si è mai vista».

**Per il presidente  
Upa, Sassoli  
de Bianchi, la  
seconda parte  
dell'anno andrà  
meglio grazie  
agli Europei e  
alle Olimpiadi**

Il presidente Upa ha poi ricordato che alla fine dello scorso anno aveva auspicato un 2012 in pari: «oggi che abbiamo più indicazioni dai nostri sondaggi con le aziende pensiamo

che chiuderemo l'anno a -5%», ha continuato, spiegando che la prima parte di quest'anno sarà più pesante, ma anche che a partire dall'estate si svolgeranno nuovi eventi a livello mondiale che l'anno scorso non c'erano, quali Europei e Olimpiadi. Due mega appuntamenti per i quali si prevede un grande ritorno in termini pubblicitari, per cui la seconda parte del 2012 «dovrebbe andare un po' meglio».

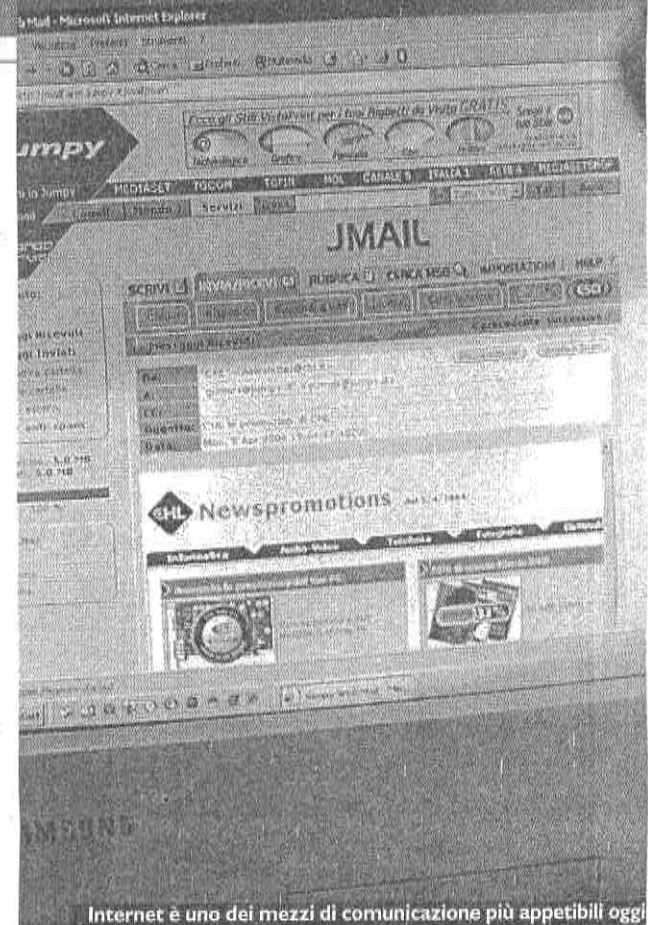
La situazione attuale, comunque, è quella di una fase di stallo dove però non mancano le novità tecnologiche, rappresentate dalle nuove frontiere del web e delle applicazioni sugli *smartphone*. «Negli Stati Uniti esistono già delle particolari pubblicità pensate solo per questi strumenti

- spiega Sassoli -. Noi, invece, siamo ancora indietro. Al momento, tra le novità, alle nostre aziende associate piacciono molto quei mini video dalla durata massima di 20 secondi che un utente vede su Internet, ad esempio quando vuole leggere un articolo di giornale on line. Ma l'intero settore è in fermento: sicuramente entro l'estate spunteranno nuove forme di spot pubblicitari». Da qui al ritardo del nostro Paese sulla banda larga, il passo è breve. «Per noi rappresenta un problema - ha ammesso -. Se ad esempio, una pagina web impiega parecchi secondi ad a-

prirsi, è già un fallimento, perché visti i tempi di oggi l'utente preferirà chiuderla subito: non starà certo ad aspettare che si completi il caricamento».

L'arezza del presidente dell'Upa si fa evidente, poi, quando viene affrontato il tema Rai. «Avevamo presentato una nostra proposta di riforma perché tornasse a essere, anche attraverso una minore invadenza della politica nella gestione, la prima industria culturale del Paese. Non ho avuto nessun segnale positivo da parte del governo e non credo che cambierà nulla».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Internet è uno dei mezzi di comunicazione più appetibili oggi