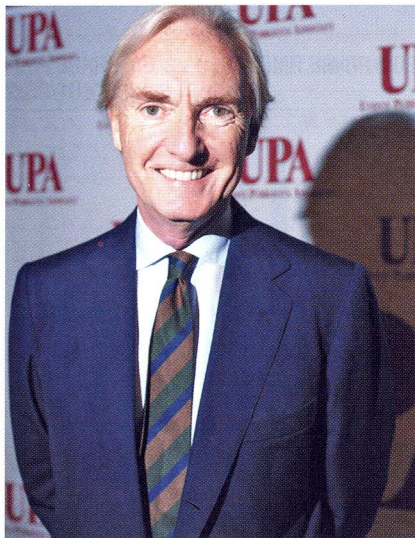


UPA 2011

Adv tv a -1,5%

Un 2011 a crescita zero sarebbe già positivo per il mercato adv in Italia. Lorenzo Sassoli De Bianchi (foto), presidente Upa, non si è dimostrato troppo ottimista nel corso dell'annuale assemblea dell'associazione (Milano, 7 luglio), alla presenza di oltre 500 operatori del settore adv. Secondo De Bianchi, la raccolta tv dovrebbe registrare a fine anno un -1,5% contro la crescita di internet, pari al 18%. Nessuno spazio al vittimismo: De Bianchi ha suggerito un alfabeto di quattro lettere per uscire dallo «stallo dinamico» che il mercato vive oggi. Sono la F di frammentazione (che deve diventare opportunità di reinvenzione del marketing), la A di autonomia (caratteristica delle audience moderne alla luce della quale la professionalità è ancora una volta irrinunciabile per un'informazione autorevole), la U di ubiquità (se le audience sono ovunque, si deve riportare al centro il consumatore) e la M di modernità (per superare lo



stallo del settore). Non sono mancati i riferimenti alle questioni più pressanti del mondo della comunicazione italiana, a partire dalla rete, per la quale **si deve trovare un equilibrio tra la salvaguardia della libertà di informazione e quella del diritto d'autore**, e la Rai, per la quale De Bianchi ha auspicato un futuro in cui si possano coniugare logiche commerciali con «legittime ambizioni di crescita civile».