

KLAUS DAVI & Co.

Testata: Adnkronos

Data: 06 luglio 2011

ZCZC

ADN0658 5 ECO 0 ADN ECO NAZ RLO

PUBBLICITA': SASSOLI (UPA), CRESCITA ZERO SAREBBE GIA' OBIETTIVO POSITIVO =

Milano, 6 lug. (Adnkronos) - "Raggiungere l'obiettivo di una crescita della raccolta pubblicitaria pari allo zero sarebbe per noi gia' positivo". E' quanto sostiene il presidente dell'Upa, Lorenzo Sassoli De Bianchi, a margine dell'assemblea dell'associazione che raccoglie gli utenti pubblicitari. "I consumi sono in calo - ha spiegato Sassoli De Bianchi - e i risparmi si sono drammaticamente ridotti, tant'e' che da primi al mondo, in questo campo, siamo diventati ormai il fanalino di coda".

Secondo Sassoli De Bianchi "continua la crescita della raccolta pubblicitaria su Internet, pari al 18% mentre per la televisione il calo e' dell'1,5%, dei quotidiani del 3%, dei periodici del 2,5% e del 7% per radio e cinema. Il risultato finale fa zero - ha aggiunto - e questo sarebbe gia' positivo".

Tra i mezzi di raccolta pubblicitaria "Internet oggi ha conquistato l'11% del mercato e l'Italia si sta avvicinando all'Europa nonostante la banda larga sia ancora molto indietro". A frenare i loro investimenti in pubblicita' sono stati soprattutto i tre operatori della Tlc, vale a dire Wind, Telecom e Vodafone. (segue)

(Ros/Lr/Adnkronos)

06-LUG-11 14:40

NNNN

ZCZC

ADN0686 5 ECO 0 ADN ECO NAZ RLO

PUBBLICITA': SASSOLI (UPA), CRESCITA ZERO SAREBBE GIA' OBIETTIVO POSITIVO (2) =

(Adnkronos) - Il settore alimentare sembra tenere abbastanza bene, mentre in crescita e' la raccolta pubblicitaria per i prodotti di cura della persona. L'auto e' stabile, ha spiegato Sassoli De Bianchi, "anche perche' l'investimento pubblicitario in questo settore e' una piccolissima percentuale del loro fatturato". Ancora in calo, ormai da anni, gli investimenti pubblicitari di banche, assicurazioni e servizi finanziari.

Per quanto riguarda i prezzi della pubblicita' per Sassoli De Bianchi, sono "il frutto del rapporto tra la domanda e l'offerta. E' ovvio che calando la domanda puo' esserci qualche vantaggio per gli investitori ma per noi - ha concluso - l'importante e' che cercano i consumi".

(Ros/Lr/Adnkronos)

06-LUG-11 15:06

NNNN

KLAUS DAVI & Co.

Testata: Ansa

Data: 06 luglio 2011

ZCZC3662/SXA

OMI70706

R ECO S0A QBXB

PUBBLICITA': DE BIANCHI, CRESCITA ZERO PER NOI UN SUCCESSO

(ANSA) - MILANO, 6 LUG - "Una crescita 2011 a zero per noi sarebbe un risultato positivo". Lo ha detto il presidente di Upa, Lorenzo Sassoli De Bianchi a margine dell'assemblea annuale dell'associazione che raggruppa le aziende che investono in pubblicita'.

"Il mercato e' piatto - ha spiegato - e a fine aprile era ancora in calo". Il problema, secondo De Bianchi, sono i consumi: "Sono in calo - ha spiegato - perche' i risparmi sono drammaticamente ridotti e da campioni del mondo che eravamo siamo passati a fanalini di coda". (ANSA).

VE/FRF

06-LUG-11 15:20 NNN

KLAUS DAVI & Co.

Testata: Ansa

Data: 06 luglio 2011

ZCZC3731/SXA

OMI70736

R ECO S0A QBXB

PUBBLICITA': DE BIANCHI, INTERNET HA BATTUTO RADIO

(ANSA) - MILANO, 6 LUG - Con una quota di mercato dell'11% la pubblicita' su internet ha sorpassato quella sul piu' tradizionale dei media, la radio. E' quanto ha affermato il presidente di Upa, Lorenzo Sassoli De Bianchi, in un incontro con la stampa a margine dell'assemblea annuale.

Secondo Sassoli De Bianchi per il 2011 "la crescita' sara' zero" ma alcuni media, come appunto internet (+18%), trascineranno il mercato. La televisione e' vista in calo dell'1,5%, i quotidiani del 3, i periodici del 2,5 mentre radio e cinema ridurranno i ricavi pubblicitari del 7%.

Quanto alle varie categorie di beni oggetti di messaggi pubblicitari, a fronte di "una tenuta dell'alimentare", assisteremo a "una frenata delle telecomunicazioni". Si manterra' stabile l'automobile mentre "come avviene ormai da anni banche e assicurazioni saranno in calo".

Il successo di internet, poi, secondo il presidente di Upa, allinea l'Italia "al resto d'Europa, nonostante la banda larga sia ancora molto indietro". "Oggi - ha aggiunto - per far fronte ai mercati maturi, l'unica strada da percorrere sono i nuovi prodotti". (ANSA).

VE/FRF

06-LUG-11 15:29 NNN

asca | III
agenzia stampa quotidiana nazionale
Decisioni in tempo reale

Conto su IBL Banca 4,04%
Conto su IBL 4,04% in 24 mesi! Aprilo Subito,
Lascia i tuoi Dati
ContosulBL.it/Conto

Conti Correnti
Zero spese, carta di credito gratis Aprilo subito!
www.contocorrentearancio.it

Annunci Google

Direttore Responsabile Gianfranco Astori

News in tempo reale GRATIS con ASCA

RSS HOME CHI SIAMO le news asca 2 volte al giorno

BREAKING NEWS ECONOMIA BORSE&MERCATI POLITICA ENTI LOCALI SPORT ATTUALITA' FLASH

speciali L'AQUILA DUE ANNI DOPO | CINEMA E SPETTACOLO | 150 ANNI UNITA' D'ITALIA |

ultima ora SERVIZIO AUTO BLU ALL'ESTERNO *** 16:09 - PUBBLICO IMPIEGO: BRUNETTA, PREVISTI CORRETTIVI PER 1,48 M

Accesso Ascachannel
Utente Registrato
nome utente password
ENTRA
non sei registrato clicca qui

ultime notizie

06-07-11
PUBBLICITA': SASSOLI (UPA), CRESCITA ZERO SAREBBE GIA' POSITIVA

(ASCA) - Milano, 6 lug - Calma piatta per il mercato pubblicitario italiano. Gli investimenti sono al palo: il mese di aprile si e' chiuso ancora una volta con il segno meno, e non sono previste inversioni di tendenza per fine 2011. Al punto che "chiudere l'anno con una crescita zero sarebbe un risultato positivo", sottolinea Lorenzo Sassoli de Bianchi, presidente dell'Upa (Utenti pubblicita' associati) in occasione dell'assemblea annuale dell'associazione. L'unico segno positivo e' per il segmento Internet, che secondo le previsioni dell'Upa archivera' il 2011 facendo registrare un incremento della raccolta pubblicitaria del 18%. Segno meno, invece, per tutti gli altri segmenti: la raccolta sulla tv chiudera' l'anno con una flessione dell'1,5%, i periodici perderanno il 2,5%, la stampa quotidiana il 3. Calo ancora piu' vistoso per radio, affissione e cinema, che secondo le stime di Upa perderanno sul terreno il 7% della raccolta pubblicitaria.

"Il risultato finale fa zero", spiega Sassoli de Bianchi convinto che le cause di questo arretramento siano da ricercare in un mix di fattori che vanno dalle difficolta' congiunturali derivanti dalla crisi economica alle

notizie correlate
Nessuna notizia correlata

Annunci Google

Migliori Conti Correnti
Simula il rendimento dei conti correnti su ConfrontaConti!
www.confrontaconti.it

Banca Online
Scopri Banca Online su Excite, il Portale del Web!
search.excite.it/Banca-Online

Futureneon
milano.monza
Insegne luminose Milano,monza,Pavia Tutto per la pubblicita' visiva
www.futureneon.com

DICILOGO

06-07-11

PUBBLICITA': SASSOLI (UPA), CRESCITA ZERO SAREBBE GIA' POSITIVA

(ASCA) - Milano, 6 lug - Calma piatta per il mercato pubblicitario italiano. Gli investimenti sono al palo: il mese di aprile si e' chiuso ancora una volta con il segno meno, e non sono previste inversioni di tendenza per fine 2011. Al punto che "chiudere l'anno con una crescita zero sarebbe un risultato positivo", sottolinea Lorenzo Sassoli de Bianchi, presidente dell'Upa (Utenti pubblicita' associati) in occasione dell'assemblea annuale dell'associazione. L'unico segno positivo e' per il segmento Internet, che secondo le previsioni dell'Upa archivera' il 2011 facendo registrare un incremento della raccolta pubblicitaria del 18%. Segno meno, invece, per tutti gli altri segmenti: la raccolta sulla tv chiudera' l'anno con una flessione dell'1,5%, i periodici perderanno il 2,5%, la stampa quotidiana il 3. Calo ancora piu' vistoso per radio, affissione e cinema, che secondo le stime di Upa perderanno sul terreno il 7% della raccolta pubblicitaria.

"Il risultato finale fa zero", spiega Sassoli de Bianchi convinto che le cause di questo arretramento siano da ricercare in un mix di fattori che vanno dalle difficolta' congiunturali derivanti dalla crisi economica alle criticita' tutte italiane: "I consumi sono in calo, i risparmi degli italiani si sono drasticamente ridotti, la disoccupazione giovanile ha toccato livelli a dir poco imbarazzanti, e gli italiani sono un popolo che invecchia sempre di piu' e che percio' consuma sempre di meno". I soli dati incoraggianti arrivano da internet, che ha ampiamente superato la radio raggiungendo anche in Italia una quota di mercato pari

all'11% del totale. Dimostrazione, puntualizza ancora Sassoli de Bianchi che "il paese si sta allineando all'Europa nonostante siamo ancora molto in ritardo sulla banda larga".

A voler prendere in considerazione i diversi settori, il 2011 registrerà una forte frenata degli investimenti dei grandi gruppi di telecomunicazione, Wind, Telecom e Vodafone da sempre ai primi tre posti della classifica italiana per investimenti pubblicitari. Sostanziale tenuta, invece, per l'alimentare, soprattutto per effetto dei forti investimenti in arrivo da grandi gruppi come Ferrero e Barilla, crescita positiva per tutto il comparto della cura della persona, mentre il settore auto è stabile. Netto calo, infine, negli investimenti pubblicitari di banche, assicurazioni e servizi finanziari.

L'Upa, insomma, intravede ancora molte nubi all'orizzonte: "I prezzi della pubblicità - osserva Sassoli de Bianchi - sono una conseguenza del rapporto tra domanda e offerta.

Ovviamente calando la domanda si riesce anche a fare qualche buon affare ma non è detto che per noi questa sia una situazione positiva. Per gli investimenti pubblicitari va bene quando aumentano i consumi".

[http://www.asca.it/news-PUBBLICITA__SASSOLI_\(UPA\)__CRESCITA_ZERO_SAREBBE_GIA__POSITIVA-1032342-ORA-.html](http://www.asca.it/news-PUBBLICITA__SASSOLI_(UPA)__CRESCITA_ZERO_SAREBBE_GIA__POSITIVA-1032342-ORA-.html)

The screenshot shows the Radiocor website interface. At the top, there are navigation links for various sections like Motori24, Luxury24, and others. The main header includes the site name 'Il Sole 24 ORE Radiocor' and a search bar. Below the header, there are navigation tabs for 'HOME', 'ARCHIVIO', 'NEWS', and 'RADIOCOR'. A search bar is present with the text 'Cerca tra le notizie pubblicate dall'Agenzia di stampa Il Sole 24 ORE Radiocor'. The main article is titled 'Pubblicita': Sassoli, crescita zero nel 2011 sarebbe risultato positivo'. The article text discusses the advertising market in Sassoli, mentioning Lorenzo Sassoli de Bianchi and the Upa association. To the right, there are 'Ultime news' sections with titles like 'Direttiva servizi: agenti senza "ruolo", semplificati i requisiti per l'accesso alla professione' and 'Il quadro RW è obbligatorio'. Further right, there is a 'viaggi24' banner and a 'Shopping24' section featuring products like 'Tutto Ires' and 'Bow.it Orologio 5 in 1!'. The bottom of the page shows a navigation bar with 'Indietro' and 'Articoli correlati'.

Pubblicita': Sassoli, crescita zero nel 2011 sarebbe risultato positivo

(Il Sole 24 Ore Radiocor) - **Milano**, 06 lug - Il mercato della pubblicita' e' piatto, a fine aprile era ancora in calo. Lo ha detto Lorenzo Sassoli de Bianchi, presidente dell'Upa, a margine dell'assemblea che l'associazione Utenti Pubblicita' tiene a Milano. "Una crescita zero nel 2011 per noi - ha detto - sarebbe un risultato positivo perche' i consumi sono in calo e i risparmi si sono drammaticamente ridotti e da campioni del mondo che eravamo siamo passati (in quest'ultimo caso, ndr) a fanalini di coda". Man-rd (RADIOCOR) 06-07-11 14:36:48 (0216) 5 NNNN

<http://archivio-radiocor.ilsole24ore.com/articolo-953637/pubblicita-sassoli-crescita-zero/>

REUTERS ITALIA in partnership with **Borsa Italiana**

ULTIME NOTIZIE **RUBY, CONSULTA: AMMISSIBILE RICORSO CONFLITTO ATTRIBUZIONI**

DAVIDE, 32 ANNI, COMMESSO
"Ho chiuso 1.628€ lo scorso mese con il Forex. Ricevi come me, una formazione gratuita!"

Siete qui: Home > Finanza e Investimenti > Notizie > Società Italiane > Articolo mercoledì 6 luglio 2011 17:49

HOME
FINANZA E INVESTIMENTI
Notizie
Società Italiana
Società Estere
Macroeconomia
IPO Notizie
Mercati
Società Quotate
Fondi
Valute
ULTIME NOTIZIE
VIDEO
Prodotti e servizi
Support
Servizi Dai Partner
Careers Centre
Informazioni sulla società

Publicità, Upa vede crescita zero nel 2011, mercato è fermo

mercoledì 6 luglio 2011 17:40

[Stampa quest'articolo](#) [-] Testo [+]

MILANO, 6 luglio (Reuters) - Il mercato pubblicitario è al palo, le prospettive di crescita per la fine dell'anno sono poche e in buona parte affidate agli investimenti su Internet.

E' quanto è emerso nel corso dell'assemblea dell'Upa, (Unione pubblicità italiana), associazione che raccoglie le imprese che investono in pubblicità.

"La pubblicità è ferma vista la stagnazione dell'economia, che sta frenando i consumi" ha detto Lorenzo Sassoli De Bianchi, presidente Upa.

Secondo Sassoli De Bianchi, "una crescita zero nel 2011 sarebbe un risultato positivo", visto che a "fine ad aprile il mercato era ancora in calo".

Per la fine del 2011 Upa vede un calo del 3% degli investimenti pubblicitari sui quotidiani e del 2,5% sui periodici.

Le previsioni sono per una contrazione dell' 1,5% degli investimenti sulla televisione, che tuttavia mantiene saldamente il primato nella distribuzione della torta.

Radio e cinema dovrebbero chiudere il 2011 con un calo del 7% degli investimenti, mentre l'outdoor subirebbe una riduzione del 5%.

AGGIORNAMENTO
Italy US UK Europe
FTSEMB 19,783.21 -494.31
FTSE Italia All-Share 20,489.58 -494.04
Euronext Index 702.94 -4.15

Prova ad investire nel Forex
Investi 100 Euro
e negozia per 40.000 Euro
Inizia oggi e ricevi la nostra guida in PDF gratis
IFOREX
Online Trading Since 1996

MILANO, 6 luglio (Reuters) - Il mercato pubblicitario è al palo, le prospettive di crescita per la fine dell'anno sono poche e in buona parte affidate agli investimenti su Internet. E' quanto è emerso nel corso dell'assemblea dell'Upa, (Unione pubblicità italiana), associazione che raccoglie le imprese che investono in pubblicità. "La pubblicità è ferma vista la stagnazione dell'economia, che sta frenando i consumi" ha detto Lorenzo Sassoli De Bianchi, presidente Upa. Secondo Sassoli De Bianchi, "una crescita zero nel 2011 sarebbe un risultato positivo", visto che a "fine ad aprile il mercato era ancora in calo". Per la fine del 2011 Upa vede un calo del 3% degli investimenti pubblicitari sui quotidiani e del 2,5% sui periodici. Le previsioni sono per una contrazione dell' 1,5% degli investimenti sulla televisione, che tuttavia mantiene saldamente il primato nella distribuzione della torta. Radio e cinema dovrebbero chiudere il 2011 con un calo del 7% degli investimenti, mentre l'outdoor subirebbe una riduzione del 5%. Unico mezzo in controtendenza è internet, su cui per la fine dell'anno gli investimenti dovrebbero salire del 18%, compensando in buona parte il calo degli altri comparti. Sempre secondo le stime di Upa, complessivamente gli investimenti pubblicitari nel 2011 dovrebbero ammontare a poco meno di 9,3 miliardi di euro. La televisione dovrebbe raccogliere poco più di 4,8 miliardi di euro, seguita dai quotidiani con 1,2 miliardi e subito dopo da Internet, con 1,1 miliardi. Seguono i periodici, con 875 milioni e poi l'outdoor e la radio, rispettivamente con 588 e 554 milioni. Fanalino di coda il cinema, con 58 milioni. Dal lato degli investitori, a fronte di una tenuta dell'alimentare e dell'auto, secondo Sassoli De Bianchi, si assisterà a una "frenata degli operatori delle telecomunicazioni".

KLAUS DAVI & Co.

Testata: Reuters

Data: 06 luglio 2011

MILANO (Reuters) - Il mercato pubblicitario è al palo, le prospettive di crescita per la fine dell'anno sono poche e in buona parte affidate agli investimenti su Internet.

E' quanto è emerso nel corso dell'assemblea dell'Upa, (Unione pubblicità italiana), associazione che raccoglie le imprese che investono in pubblicità.

"La pubblicità è ferma vista la stagnazione dell'economia, che sta frenando i consumi" ha detto Lorenzo Sassoli De Bianchi, presidente Upa.

Secondo Sassoli De Bianchi, "una crescita zero nel 2011 sarebbe un risultato positivo", visto che a "fine ad aprile il mercato era ancora in calo".

KLAUS DAVI & Co.

Testata: MF down Jones

Data: 07 luglio 2011

Publicita': un 2011 a crescita sero (Italia Oggi)

Dowjones

MILANO (MF-DJ)--Lorenzo Sassoli de Bianchi, presidente di Upa (Utenti di pubblicita' associati, ovvero le aziende che investono in pubblicita'), cerca di essere ottimista e prevede un 2011 "che chiudera' piatto, uguale al 2010".

In realta', scrive Italia Oggi, i segnali del mercato sono piuttosto negativi: tutti i mezzi hanno raccolto pubblicitaria in calo, si salva solo il web. La assemblea Upa, ieri a Milano, e' comunque anche occasione per confrontarsi su temi di strettissima attualita'. Per esempio: Sky che si compra La7? "Upa e' per il pluralismo. Le concentrazioni rendono problematico il nostro lavoro", risponde il presidente. Deluso dalla liquidazione Audiradio, "che considero un fallimento personale. Upa spingera' ancora sull'adozione di un meter per rilevare gli ascolti passivi della radio". Infine, sulla tutela della proprieta' intellettuale su Internet, Sassoli de Bianchi provoca: "Sarebbe un gesto coraggioso introdurre nella Costituzione italiana l'articolo 21 bis. Un articolo che dovrebbe comprendere la tutela del valore della proprieta' intellettuale sulla rete. Senza un'adeguata protezione si rischia il collasso della qualita' dei contenuti". E lui, che e' fondatore e presidente di Valsoia, ne sa qualcosa, con i danni subiti dalle inaffidabili news on line circa l'escherichia coli e le presunte responsabilita' della soia. red/lab