

Assemblea Upa

«Pubblicità in ripresa nel 2010 Quest'anno discesa del 12%»

MILANO — (a. jac.) Il 2009 è un altro anno difficile per gli investimenti pubblicitari, calati del 18% nei primi quattro mesi (Nielsen). «Un dato pesante, dal dopoguerra non erano mai calati, fino allo scorso anno. E ora addirittura a due cifre» dice Lorenzo Sassoli de Bianchi, rieleto presidente dell'Upa (Utenti pubblicità associati). «È necessario un sano realismo che ci porta a prevedere una reazione nel 2010». La stima per fine 2009 è di un calo del 12%. In realtà il 40% delle aziende associate ha mantenuto o incrementato la spesa pubblicitaria, in particolare nel largo consumo. Ma il restante 60% (soprattutto le piccole e medie imprese) ha diminuito gli investimenti più del previsto. «L'incertezza è la nota dominante, ma le aziende "che tengono" usciranno più forti dalla crisi conquistando quote di mercato».