



Comunicato stampa

**Sassoli, Presidente UPA:
“Il mercato pubblicitario in forte ripresa, +8% nel 2021”.**

Milano, 7 luglio 2021 - Il mercato della pubblicità crescerà a una velocità doppia rispetto a quanto previsto dall'UPA all'inizio dell'anno: +8%. Questo trend consentirà di riportare gli investimenti annui in pubblicità sopra gli 8 miliardi, recuperando quasi interamente la contrazione registrata nel corso del 2020 a causa della pandemia e delle limitazioni alla mobilità.

È questo il messaggio lanciato dal presidente dell'UPA, Lorenzo Sassoli de Bianchi, con la sua relazione in occasione dell'evento annuale dell'Associazione che rappresenta le più importanti aziende che investono in pubblicità e comunicazione nel nostro Paese.

“La pandemia ci ha procurato un trauma che per molti di noi è stato senza precedenti. Oggi possiamo dire che siamo usciti dalla fase critica, anzi assistiamo a una rabbiosa voglia di crescita anche nella comunicazione”, ha commentato Sassoli. “Riprendono i consumi, torna la fiducia, il PIL rimbalza, e il mercato della comunicazione ritorna al centro come veicolo potente di sviluppo nell'economia del Paese. È un'occasione storica, anche grazie alle ingenti risorse messe a disposizione dal Next Generation EU”.

“Abbiamo di fronte una grande sfida che richiede un salto di qualità del sistema Paese in tutti i suoi comparti. La tecnologia sta permeando ogni ambito di vita e la pandemia ha fatto capire a tutti noi l'importanza di avere uno smartphone, un tablet o un altro schermo per collegarsi alla rete. Grazie al web durante la pandemia abbiamo avuto accesso a servizi essenziali e abbiamo assistito a un'accelerazione, di intensità mai vista prima, dell'economia digitale. È in atto la trasformazione digitale di tutti i comparti della nostra vita che vede, però, l'Italia scontare un ritardo da colmare rapidamente”.

Il presidente Sassoli ha inoltre ribadito alcuni punti fermi per il mercato della pubblicità dal punto di vista di UPA, come rappresentante della domanda di comunicazione: “Per investire abbiamo bisogno di negoziazioni trasparenti. Il mercato chiede che le audience - video, audio e testo - siano misurate in maniera univoca, con metriche omogenee. C'è la necessità di dati raccolti con modalità corrette e funzionali alla descrizione dell'esperienza dei consumatori. Tutto questo nel rispetto delle indicazioni contenute nella recente delibera dell'AgCom”.

Sassoli ha infine elencato alcuni tra i tanti importanti progetti su cui UPA è impegnata e che hanno a che fare col futuro della comunicazione: *Nessie*, il data lake delle aziende, che arricchisce i dati degli investitori; la convergenza delle ricerche (*crossmedia measurement*) che potrà consentire analisi del “totale campagna”; la *blockchain* per rendere più trasparente la

filiera dell'advertising digitale; UpaAcademy, la formazione specialistica dei futuri manager della comunicazione.

Nel corso dell'evento sono intervenuti: Fabio Vaccarone, Google Vice President - Managing Director Italy; Marco Travaglia Presidente e Amministratore Delegato Nestlè Italia; Davide Dattoli, Co-Founder e CEO Talent Garden, e Monica Fabris Direttore scientifico CSA Research.

Vaccarone è intervenuto sul tema delle nuove funzionalità per la tutela della privacy da parte di Google, e sul grande progetto per la trasformazione digitale dell'Italia come ottava economia del mondo.

Travaglia ha spiegato il significato autentico della sostenibilità per le imprese e per Nestlè in particolare, e come il valore della marca si sia ulteriormente arricchito di nuovi contenuti e servizi nella costante interazione con i consumatori.

Dattoli ha spiegato l'importanza della coltivazione dei talenti, e come devono essere modulate le politiche pubbliche per attrarre più giovani nel nostro Paese.

Fabris ha delineato le nuove parole chiave per la società e l'economia post-pandemia, e ha tratteggiato l'importanza persistente della qualità dell'informazione anche nelle nuove piattaforme digitali.

Anche quest'anno l'evento dell'UPA è stato allestito al Teatro Strehler, esplorando gli ambienti meno noti della macchina teatrale. Si ringraziano il Direttore del Teatro Claudio Longhi, Andrea Barbato dell'ufficio produzione, Paolo Di Benedetto per la sceneggiatura, e Federico Airoidi di 4FriendsFilm per la regia. L'evento è visibile in streaming sul canale YouTube dell'UPA, nel rispetto delle norme di distanziamento sociale ancora in vigore.