

COMUNICATO STAMPA

*I risultati della tradizionale survey dell'associazione degli investitori pubblicitari*

**UPA: il mercato degli investimenti pubblicitari chiuderà il 2020 a -17%.**

*Milano, 2 luglio 2020* – La contrazione del mercato pubblicitario, nel 2020 rispetto all'anno precedente, sarà pari al 17%. È questa la previsione che emerge dalla survey effettuata in queste settimane tra i suoi associati da UPA, l'associazione che riunisce i più importanti investitori pubblicitari in Italia.

“Si tratta di una previsione che riguarda soprattutto il settore del largo consumo (alimentari, bevande, cura della casa, cura della persona), mentre per i beni durevoli (ad eccezione dell'auto) e i servizi (ad eccezione dell'industria alberghiera) le previsioni potrebbero essere migliori di circa un punto”, ha precisato Lorenzo Sassoli de Bianchi, presidente UPA.

“La contrazione degli investimenti pubblicitari riguarderà soprattutto i grandi investitori (che investono oltre 80 milioni l'anno) e i piccoli (che investono fino a 5 milioni l'anno), mentre i medi e medio grandi (40-80 milioni l'anno) ridurranno i loro investimenti in comunicazione in misura inferiore”.

“Gli effetti dell'emergenza sanitaria hanno inciso pesantemente nei due mesi del lockdown, mentre già da maggio assistiamo a una progressiva ripresa che dovrebbe portare a una chiusura d'anno tutto sommato meno negativa delle attese.”