

## **Editoria, primo trimestre 2012: la pubblicità cresce solo su internet, in calo su quotidiani e tv**

di **Redazione**

14 Giugno 2012 - 13:50



Nella prima parte del 2012, l'unico settore in cui cresce la pubblicità è internet con un incremento dell'8,5%, migliora di poco la radio che tuttavia resta sempre in territorio negativo, e peggiorano i quotidiani, in flessione anche gli investimenti della pubblicità in tv.

I dati provengono da "Watch Insights", il report trimestrale di "Nielsen", dagli ultimi dati sull'economia e sul mercato pubblicitario alla fruizione dei principali mezzi di comunicazione.

La pubblicità italiana consegna un netto calo nel 2011, mentre i dati del primo trimestre 2012 non sono affatto confortanti, infatti mostrano una diminuzione della raccolta del 7,5%. Gli investimenti dello scorso anno hanno segnato un risultato negativo nel mercato del nostro Paese, con una contrazione del 3,8 per cento rispetto al 2010 per una spesa complessiva di circa 8,8 miliardi di euro.

Si parlerà anche di questo e di come va cambiando il mercato della pubblicità in Italia, sabato, a Villa Malfitano, sede della Fondazione Whitaker, in occasione della XXV edizione dei Premi Agorà per la pubblicità e la comunicazione nazionale e regionale, organizzato dal Club dirigenti marketing, in collaborazione con Regione Siciliana e Confindustria e una

---

serie di sponsor. Prima della cerimonia è prevista una tavola rotonda sul “Marketing low cost” per affrontare le tematiche legate ai mutamenti delle strategie, della creatività, delle ricerche di mercato, dei media in modo da interpretare il momento economico che investe il nostro Paese.