

## MEDIATECH

### Pubblicità ko ad aprile. "Ora la tv racconti le imprese italiane"

La pubblicità continua a frenare anche nel 2014. Colpa del pessimismo. Per invertire la rotta occorre, come sottolineato dal presidente di Confindustria Squinzi, raccontare le aziende italiane e i loro successi

Venerdì, 13 giugno 2014 - 15:26:00



**La pubblicità continua a frenare anche nel 2014.** Aprile (il mese dei ponti) -4,4%. Tengono la tv e la radio. Per il resto buio pesto. Quotidiani giù del 13%. Questo dato (Nielsen) è frutto del **clima di pessimismo** che si respira nel Paese. Quando le aziende investono in comunicazione? Quando pensano che il futuro sia migliore del presente. E ad aprile la sensazione generale era che il futuro sarebbe stato (forse) peggiore del presente e quindi le aziende **'tagliano' sulla comunicazione** in attesa di tempi migliori. C'erano le elezioni, c'era l'attesa della 'rivoluzione'. A giugno, mese dei mondiali di calcio, sicuramente il mercato sarà rinvigorito (almeno si spera).

"Come vado da anni a consigliare ai tanti player della comunicazione – afferma **Giovanni Giorgetti** (ESG89) – è arrivata l'ora di cambiare strategia nei palinsesti televisivi e radiofonici e nelle pagine dei quotidiani. Non è più possibile dedicare 20 pagine alla politica e 2 all'economia. Basta prime time pieni di **pettegolezzi politici** o di concorsi a premi. Occorre, come peraltro sottolineato anche dal presidente **Squinzi** (Confindustria), iniziare a raccontare le aziende italiane e i loro successi! Solo così – conclude Giorgetti – i giovani italiani apprezzeranno e accarezzano l'idea che è preferibile **fare impresa** piuttosto che dedicarsi ad attività dal 'denaro facile ed effimero'. Ma fare questo tipo di informazione è più complesso perché le notizie non ti arrivano dai 'palazzi della politica di Roma', ma dalle migliaia di imprese diffuse sul territorio".