

Cerca news



registrati abbonamenti Chi Siamo Contatti MyAdv



Altre nella sezione

Sezioni

Home > Media

- Agenda
- Associazioni
- Beyond CSR
- Educational
- Eventi
- Expo 2015
- Gare
- Internet
- Marketing
- Media**
- Inchieste
- TLC
- Off the records
- Persone
- Premi
- Publicità
- Rassegna Stampa
- Worldwide

Assocom, Girelli intervista Sala. Seconda puntata: il mercato in ripresa e il nuovo paradigma Video, Audio, Digital e Broadcasting di Publitalia

21/6/2016

Ci vorrà ancora del tempo per un vero e proprio recupero dopo anni di calo anche a doppia cifra, ma il mercato, afferma il Consigliere di Amministrazione Mediaset e AD Publitalia '80 intervistato da **Marco Girelli** (OMG), è in graduale ripresa, anche se 'single digit' e la sensazione è che la svolta ci sia davvero stata. Considerando l'andamento dei vari mezzi, brilla la tv, sulla quale crescere il tempo speso per la fruizione di contenuti e infotainment, così come il digitale, che infatti rappresenta uno dei tre asset del nuovo paradigma **V.A.D.B** adottato dalla concessionaria Mediaset in questi anni, convinta che video (contenuti), audio (radio) e mezzi digitali saranno le tre aree che genereranno i maggiori ricavi pubblicitari.



La seconda puntata dello speciale dedicato all'intervista a **Stefano Sala**, Consigliere di Amministrazione Mediaset e AD Publitalia '80, realizzata da **Marco Girelli**, CEO OMG e VP Assocom in occasione dell'evento *'Comunicare Domani'* di Assocom, tenutosi il 16 giugno a

Milano, riguarda il **mercato degli investimenti pubblicitari e il nuovo paradigma della concessionaria Mediaset focalizzato su su video (contenuti), audio (radio) e mezzi digitali.** (Leggi la prima puntata su [ADVexpress](#)).

Assocom prevede nel 2016 un **+2,4%**, che salirà a **+2,7% nel 2017**, mentre **l'Upa stima un +3 - 4% per quest'anno.** Il mercato è finalmente in ripresa chiede Girelli a Sala?

Nei primi cinque mesi ci sono segnali incoraggianti, ma guardando a un trend di lungo periodo il mercato non recupererà in due - tre anni quel che ha perso in cinque anni di decrescita, anche a doppia cifra sostiene Sala. Per riprendere le posizioni di un tempo ci vorranno anni. Ma è comunque significativo, osserva sala, che il mercato ha iniziato una fase di crescita 'single digit' un lungo periodo di calo double digit.

- ▶ **1/7/2016 19:00**
Rai Pubblicità: a maggio raccolta in radio a +8.7%. Gennaio - maggio a +8%. Barbarani: "grazie alla riorganizzazione della squadra di Milano, al team centri media e alle iniziative speciali"
- ▶ **1/7/2016 18:35**
Nuova governance per Publishare. A Silvestri il ruolo di AD
- ▶ **1/7/2016 18:05**
Nuova governance per Publishare. Silvestri nuovo AD
- ▶ **1/7/2016 18:05**
Real Time chiude il mese di giugno con una media dell'1.5% di share. 'Vite al limite' è il programma non sportivo più visto dai nativi digitali
- ▶ **1/7/2016 18:00**
Nasce 'RadioMediaset' capogruppo delle attività radiofoniche della company. A guidarla Paolo Salvaderi. A Mediamond la raccolta pubblicitaria
- ▶ **Altre Notizie**

Il nuovo libro di ADC



di Daniele Ravenna



Guarda il video su [ADVexpressTV](#).

Analizzando i vari mezzi, l'AD Publitalia ne commenta gli andamenti diversi: la **televisione** attraversa una fase di 'low single digit' e registra un buon andamento nei primi cinque mesi dell'anno. Fa ben sperare, inoltre, l'aumento del tempo speso per la fruizione di contenuti editoriali e di infotainment sul piccolo schermo. I mezzi digitali si trovano in una fase di 'high single digit' e chiuderanno l'anno in positivo, crescendo a scapito dei mezzi tradizionali, tra i quali, tra l'altro, la radio e l'OOH, più di altri hanno saputo farsi spazio.

E proprio il digitale è uno dei tre asset sui quali Publitalia sta investendo, in virtù del nuovo paradigma adottato dalla concessionaria, il **Video, Audio, Digital e Broadcasting (V.A.D.B)**, basato sulla consapevolezza che video (contenuti), audio (radio) e mezzi digitali saranno le tre aree che genereranno i maggiori ricavi pubblicitari. Per questo negli ultimi tre anni sono state al centro di significativi investimenti da parte di Mediaset nell'ottica di una crescente **crossmedialità**.

Questo approccio si è tradotto in un'offerta commerciale nuova, basata su tre concessionarie: **Publitalia '80 per la tv free, Digitalia per i mezzi pay e Mediamond dedicata alle properties stampa e digitali**. Puntando a presidiare il mercato con un'offerta diversificata ma anche integrata.

Concludendo le sue riflessioni sul mercato, Sala afferma che grazie al dialogo con 1000 clienti televisivi e 2500 attivi sulla stampa, Publitalia ha certamente il polso della situazione e dal suo osservatorio privilegiato ha la sensazione che sia iniziato un nuovo periodo di positività e che la svolta ci sia stata.



Stampa questo articolo 

Invia questo articolo 



Copyright © 2016 ADC Group Srl - Via Copernico, 38 20125 Milano - P.IVA 03670830961