

INVESTIMENTI PUBBLICITARI E PREVISIONI 2009

Sintesi del rapporto fondato sui dati del novembre 2009

**IL RAPPORTO COMPLETO E' LIBERAMENTE DISPONIBILE
NELLA SEZIONE "MODELLI DI RICERCA" DEL SITO WWW.LABMARKETING.IT**

- Il trattamento dei dati aggiornati al novembre ha portato a stimare una contrazione pari al **-15,1% - 15,6 %** degli investimenti pubblicitari **2009** rispetto agli omologhi del 2008. Detto intervallo è dovuto ai risultati dei calcoli effettuati, rispettivamente, col metodo delle proiezioni e col metodo dell'estrapolazione. Come si può agevolmente verificare, si tratta di valori che divergono -sia pur di poco- da quelli esposti nei rapporti precedenti, per effetto di una lieve accelerazione nella ripresa degli investimenti pubblicitari che, nel caso di conferma, consentirebbe di anticipare il loro ritorno in territorio positivo.
- Per il **2010** si stima che gli investimenti pubblicitari potranno risultare inferiori a quelli del **2008** del **-10,3 %** mentre nei confronti degli investimenti del **2009** potranno risultare maggiori del **+6,3%/ + 6,7%**. A detta stima si è pervenuti attraverso l'estrapolazione delle variazioni % di periodo degli investimenti pubblicitari 2009..
- L'andamento dell'economia, rappresentato dall'andamento della produzione industriale, continua a procedere positivamente risalendo a piccoli passi l'abisso in cui era inopinatamente precipitato nei primi mesi del corrente anno. Il lento e graduale recupero della produzione considerata nel suo complesso, costituisce la risultante del lento e graduale recupero di tutti i grandi comparti che la compongono: cioè, sia quelli cosiddetti "pesanti" (beni intermedi, beni strumentali e beni di consumo durevoli), sia quelli cosiddetti "leggeri" (beni di consumo non durevoli, energia).
- Occorre inoltre rimarcare quanto già messo in evidenza nei rapporti dei mesi precedenti: vale a dire il rallentamento del ritmo di ripresa della produzione industriale come evidenziato dai valori previsti dalle stime estrapolative. Il che comporterà una dilazione dei tempi di ritorno in territorio positivo, cioè ai valori pre-crisi del 2008, per tutti i comparti e dell'intera produzione industriale.
- Ad ogni buon conto detti tempi di rientro stimati nel rapporto precedente (e il cui aggiornamento è rimandato ai mesi successivi) sono al momento provvisoriamente confermati nei seguenti: beni di consumo non durevoli = 2° trimestre 2010; energia = 3° trimestre 2010; beni intermedi = 2° trimestre 2011; beni strumentali e beni di consumo durevoli = 4° trimestre 2011.
- Si osserva doverosamente come i diversi tempi previsti per il rientro in territorio positivo da parte dei diversi comparti, risentano della diversa misura delle contrazioni che essi hanno subito all'inizio del 2009 e, quindi, dei più pesanti handicap da superare. Si ricorda infatti come i comparti "pesanti" (beni intermedi, beni strumentali e beni di consumo durevoli) abbiano subito contrazioni dell'ordine del **20-30%**, mentre i comparti "leggeri" (beni di consumo non durevoli ed energia) abbiano subito contrazioni intorno al **10%**.
- Ad ogni buon conto, la ripresa dell'economia che nei mesi passati si era andata timidamente affacciando in ordine sparso fra comparti e sottocomparti, si è andata sempre più estendendo e rinfrancando giungendo ad abbracciare stabilmente la generalità delle attività economiche, fatta eccezione tuttavia del comparto dell'edilizia ancora afflitto da persistente debolezza.
- Al pari degli indicatori della produzione industriale, rivelano e confermano interessanti recuperi gli indicatori del fatturato e degli ordinativi, del commercio con l'estero, dei prezzi dei prodotti industriali, delle vendite del commercio al dettaglio (specie per gli alimentari e la grande distribuzione). Altrettanto dicasi, ripetendo quanto affermato nel rapporto mensile precedente, per gli aumenti contrattuali del lavoro nelle grandi imprese decisamente superiori al tasso d'inflazione, nonché per il positivo clima di fiducia dell'industria, dei commercianti, e dei consumatori., diversamente da quello delle costruzioni e dei servizi di mercato
- Tuttavia non devono essere ignorati o sottovalutati alcuni indicatori portatori di qualche preoccupazione. Si vuole fare riferimento al tasso di disoccupazione che ha raggiunto **l'8,3%** e al tasso d'inflazione che si è portato **all'1,0%**. Il primo, quale naturale conseguenza inerziale delle pesanti contrazioni segnate dall'attività industriale; il secondo, quale naturale conseguenza della ripresa della domanda finale. Ciò senza dimenticare la frustrante situazione in cui versa il comparto dell'edilizia come più sopra accennato.

Secondo consuetudine si riportano le previsioni degli investimenti pubblicitari 2009 rispetto a quelli del 2008, formulate da alcune Autorevoli Fonti.

Fonti	Totale	TV	Quotid.	Period.	Radio	Cinema	Affiss.	Internet
Zenith-Optimedia (mar.)	-5,0	-3,0	-10,0	-12,5	-1,5	-10,0	-4,0	+10,0
Zenith-Optimedia (giu.)	-8,5	-5,0	-16,1	-18,9	-4,5	-25,0	-10,0	+7,5
Zenith Optimedia (ott.)	-13,1	-9,8	-19,1	-24,3	-10,1	-9,7	-22,9	+8,3
Eur Adv. & Media F. (mar.)	-3,0	-3,1	-7,6	-8,7	+2,7	-8,4	+1,9	+13,3
Eur Adv. & Media F. (sett.)	-14,0	-11,5	-9,3	-14,5	-6,8	-11,4	-10,9	+8,3
Nielsen Media Research	-13,6	-11,4	-18,2	-25,4	-13,7	-4,2	-20,5	+6,6
Assocomunicazione	-12,3	-10,2	-19,6	-24,0	-9,4	-20,0	-13,9	+9,3

Aegis Media Expert 6,5-10.0%; Carat: marzo -6,5%, ottobre -12,4%.