

Salvare la pubblicità italiana!

di Paolo Franzese

Oggi la pubblicità è la prima fonte di guadagno della televisione... oggi le trasmissioni sono solo piccoli contenitori da mettere come intervallo a grandi pubblicità. L'importante che il consumatore consumi! Non è importante che il cittadino sia informato, acculturato, ... leggo questo articolo di Marco Ferri:

Sarà l'autunno del nostro scontento. Ma quello che succederà il prossimo autunno è già successo tra la primavera e l'estate. A metà dell'anno si fanno i conti e si formulano le previsioni. Così vogliono le procedure imposte dalle holding di comunicazione quotate in Borsa. Ancora una volta i conti non tornano: la pubblicità italiana soffre gli atroci dolori della sua crisi. Alcune personalità, importanti a vario titolo, si sono ritirate, sono uscite o stanno per uscire dal mercato. Alcuni direttori creativi sono stati allontanati dalle agenzie e andranno a ingrossare la già folta schiera dei free-lance. Alcune sigle storiche dell'advertising italiano o hanno staccato la spina o si sono apprestate a cambiare pelle.

Fonte MegaChip articolo di Marco Ferri: <http://www.megachip.info/>

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 26 Settembre 2008