

DAILYMEDIA

DATA: 10-03-2020

TIPOLOGIA: Testata di Comunicazione e Marketing

PAGINE: 1 e 17

DailyMedia

quotidiano della comunicazione
anno XXX martedì 10 marzo 2020

numero **045**

Direttore Responsabile: Vittorio Parazzoli
Redazione: Silvia Antonini - Antonella Rocca
Realizzazione Grafica: Simone Cirtoli - Alessandro Girbino
Pubblicità - Ediforum srl; Ufficio Traffico: Monica Minuti
traffico@newscomultimedia.it

Aut. Trib. Mi. N.612/90
Diffusione digitale - NewsCo Multimedia Srl
Viale Teodorico 19/2, 20149 Milano Tel. 02/9951210
Publisher: Gianni Quaresini, E-mail: Redazione.dailymedia.it
Amministrazione: amministrazione@renewco.it
Abbonamenti: cmacco@renewco.it R.O.C. n°18866

ANES



Il tavolo dei relatori

Da UNA, Ferpi e IAA, e dalle associazioni del management il contributo strategico e tecnico a una “comunicazione positiva” di cui il Paese ha ora bisogno

26

È dedicato a Milano il nuovo numero di Vanity Fair, distribuito gratuitamente in Lombardia come impegno per l'emergenza



15

Leo Burnett si riorganizza in Brand Team



I C.D. dell'agenzia

verticali e accoglie Giuseppe Pavone e Luca Ghilino come nuovi Creative Director Milan & Rome

5

Assirm rende disponibili dati e ricerche per conoscere e affrontare la crisi legata al Covid19



Il Presidente Matteo Lucchi

17



Caseificio Valcolatte affida in via diretta a M&C Saatchi il nuovo spot di RICcotta; il planning è di Media Club

9

DAN, la reazione degli italiani: boom per le news e l'intrattenimento diventa sensibilizzazione

13



CORONAVIRUS come reagisce l'Italia dei nuovi media



Il Presidente e A.D. Andrea De Micheli

Casta Diva Group conferma i recenti obiettivi del piano industriale: riprogrammati gli eventi dei prossimi due mesi

23

ADS: a gennaio diffusioni ancora in calo; Il Corriere della Sera primo anche in edicola, seguito da QN

24

NUOVO NUMERO DI TELEFONO
Redazione DailyMedia
CLICCA QUI PER PARLARE CON NOI

Coronavirus Assirm rende disponibili dati e ricerche per conoscere e affrontare la crisi

Il contesto in continua evoluzione rende difficile alle aziende rispondere efficacemente al cambiamento dei bisogni e dei comportamenti del consumatore e prevedere le conseguenze di tali cambiamenti nel tempo

Il coronavirus è ormai entrato nella quotidianità di ognuno di noi, coinvolgendo tutti gli aspetti della vita degli italiani e non solo. Per dare una chiave di lettura completa e utile a cittadini e imprese, Assirm si è offerta di divulgare dati rilevati da parte di istituti associati e di rendersi disponibile all'approfondimento delle principali tematiche. "Il mondo della ricerca si rivela fondamentale in questo momento - commenta Matteo Lucchi, Presidente di Assirm -. Analisi affidabili e ricerche accurate offrono un contributo significativo nella conoscenza di quanto sta accadendo e nel definire un quadro di analisi veritiero. Assirm e le aziende che rappresenta sostengono le imprese in questa fase difficile supportandole nel comprendere al meglio il contesto in cui operano e reagire adeguatamente con azioni mirate ed efficaci". Un contesto che si evolve di giorno in giorno. Di qui la difficoltà della politica di comprendere appieno il fenomeno e di gestirlo e, da parte delle aziende, di rispondere efficacemente al cambiamento dei bisogni e dei comportamenti del consumatore e prevedere le conseguenze di tali cambiamenti nel tempo.

Piano politico e amministrativo

Sul piano politico e amministrativo, il 32% degli italiani ritiene che si stiano prendendo le misure necessarie per fronteggiare la diffusione dell'epidemia, contro il 29% che crede si possa fare di più, il 22% ritiene che le misure siano eccessive e il 17% pen-



Matteo Lucchi

sa che non si stiano prendendo le misure opportune. Quando l'analisi diventa più specifica e vengono interrogati sulle istituzioni, gli italiani approvano i comportamenti della sanità locale (il 76% per medici e infermieri, il 57% per gli ospedali) e quelli dei sindaci delle zone di contagio (il 56%) nell'azione di contenimento del virus, mentre ritengono che non siano state adottate le giuste misure dal

Governo che passa da una larga approvazione pari al 70% nelle settimane precedenti al 45% della scorsa settimana.

Piano economico

Sul piano economico, secondo un'analisi condotta sulla popolazione italiana a fine febbraio, in quattro giorni raddoppia la quota di pessimisti sul futuro dell'economia del Paese: si passa dal 29% delle rilevazioni del

18-20 febbraio al 52% in quelle del 22-24 febbraio. La paura per l'economia prende il sopravvento sulla paura per il contagio (dal 62% di fine gennaio al 48% di fine febbraio). Ben il 53% delle persone è preoccupato che la propria azienda/attività subisca conseguenze economiche negative a causa della diffusione del Coronavirus. Coerentemente con questo, un sondaggio condotto in 10 Paesi tra il 28 e il 29 febbraio dà uno spaccato sul mondo e fotografa una crescente preoccupazione per le inevitabili ricadute economico-finanziarie. In Italia il 41% delle persone ritiene inevitabile l'impatto (+22% rispetto alle rilevazioni del 14-15 febbraio). Aumenti a due cifre anche in Canada (+20), Russia (+19), Giappone (+18), Stati Uniti (+16), Regno Unito (+16) e Francia (+14).

Gestione delle informazioni

Sul piano di gestione delle informazioni, gli italiani ritengono fonti attendibili di informazione le istituzioni sanitarie nazionali (79%) a discapito dei media (34% radio, 30% TV e 27% giornali). Gli italiani ritengono maggiormente affidabili le istituzioni quali protezione civile (la più affidabile per il 78%) e il ministero della salute (il più affidabile per il 76%), molto meno i media in generale (reti tv nazionali solo per il 56% e i quotidiani per il 47% degli italiani) e i social network ritenuti affidabili solo dal 16% della popolazione, collocandosi così all'ultimo posto nella graduatoria delle fonti più attendibili.