

8 gennaio 2010 14:26

 **MONDO: Discrepanze tra attrattività dei media e investimenti pubblicitari**



Le persone passano sempre più tempo a navigare in Internet, tanto che la Rete s'accaparra il 38% del consumo di comunicazione. Ma la pubblicità investe solo l'8% nei media digitali, rileva lo studio *Nothing But Net* di J.P. Morgan, che evidenzia l'anomalia. Il tempo dedicato alla lettura dei giornali arriva all'8% -quasi cinque volte meno in confronto a Internet- eppure gli investimenti pubblicitari nella carta stampata rappresentano il 20%, oltre il doppio di quanto raccoglie Internet. Uno sfasamento notevole, ancora superiore a quello della radio, dove il divario è comunque alto con il 19% di ascolto e il 9% di spesa in pubblicità.