



La pubblicità oggi / 3
L'infaticabile spione delle nostre tasche

Ricerche di mercato una torta di 300 miliardi per dirci chi siamo e che cosa vogliamo, come spendiamo e come voteremo. La protezione dell'anonimato statistico e la continua ingerenza nella vita privata dell'italiano medio...

liti non corrispondono più schieramenti di classe ma si tratta di partiti prelati che svolgono l'esigenza di sapere i voleri di ogni gruppo sociale con il suo linguaggio e i suoi interessi. Maestri in questa linea sono i socialisti che non a caso hanno sfondato per primi nel terziario.

tecniche e strumentazioni più avanzate. Per esempio un monitoraggio continuativo di 500 famiglie lombarde viene condotto al supermercato S&B di Cesano Maderno tramite lettore ottico di codici a barre. La ricerca è condotta dal Cra un istituto di piccole dimensioni molto versatile nelle ricerche qualitative (40% del fatturato).

vorano appunto alla certificazione della utilità ed efficacia delle campagne pubblicitarie. Rappresentano cioè per il cliente il prima e il dopo dell'investimento. Indirizzano le agenzie pubblicitarie fornendo loro radiografie dei consumi e delle preferenze più vanose a cercare il pelo nell'uovo del messaggio pubblicitario e ne misurano l'effetto alla cassa.

l'utilità offerti anche alla opinione pubblica in qualità di specchio riflettente. Cioché ognuno si trova alla fine a fare il guardone di se stesso attraverso i mezzi di comunicazione di massa che gli rilanciano la sua propria immagine ingannata e deformata in quella di "italiano medio".

aziende ma anche la ricerca sociale pubblica, quella dell'Istat anzitutto, che ha il compito istituzionale di fornire agli organi di governo dati che l'attività di governo sia meglio orientata. La definizione che ci ha dato il direttore dell'Istat milanese dottor Crenello per l'attività di governo è stata: "definizione di un significato".

Partecipazioni statali
Il ministro decide
«A novembre conferenza sul Mezzogiorno»

Dopo le roventi polemiche sull'abbandono del Mezzogiorno il ministro delle Partecipazioni statali Carlo Fracanzani ha deciso di organizzare un convegno. Si svolgerà a novembre infatti la prima conferenza nazionale delle Partecipazioni statali sul Mezzogiorno. La conferenza - dice una nota di via Salustiana - costituirà un significativo momento di elaborazione e proposta da lavoro preparato in comune da emeraldini e dai diretti di azione fondamentali. Doiarè il Mezzogiorno di reti ed infrastrutture sia tradizionali (come i trasporti) e la distribuzione idrica sia innovative (quali le telecomunicazioni e i centri di ricerca). Stimolare nuove attività produttive favorendo in modo particolare la nascita di imprese di medie dimensioni in settori ad alta tecnologia ed elevato valore aggiunto. L'impegno per nuove attività produttive deve volgersi anche ad aree nuove come la gestione e la manutenzione delle

reti di distribuzione dei servizi e ad assecondare la crescita di un'offerta turistica integrata infine, contribuire a creare nuovi strumenti finanziari. È da pensare anche ad un merchant bank per il Sud da affiancare all'intervento straordinario dello Stato per accrescere la possibilità di far nascere nuove imprese.

Le Pss nel Mezzogiorno - ricorda la nota - sono in fase di rilancio attraverso diverse iniziative tra le quali - ricorda la nota - le più importanti sono priorità assoluta per realizzare nuovi investimenti nel Mezzogiorno come vincolo specifico nell'utilizzazione dei nuovi fondi di dotazione per il 1988 e 1989, stanziamento aggiuntivo per gli interventi di sviluppo delle Pss nel Sud, definizione di progetti per aprire nel Mezzogiorno centri per lo sviluppo dell'imprenditorialità in particolare a Napoli e Taranto, già approvati dal Crpi.

MARIA NOVELLA OPPO

Sul business italiano delle ricerche di mercato si sono battuti i colossi internazionali del settore, attirati dalle cifre crescenti dell'investimento pubblicitario. C'è infatti una stretta relazione tra quello che il cliente spende in promozione e quello che è disposto a spendere in «certezza». Anche se in pubblicità non esiste certezza e le idee valgono comunque più dei numeri. Come dimostrano con dovizia di particolari quelle «campagne» tutte speciali che sono le campagne elettorali. In esse gioca un ruolo importantissimo le indagini sugli orientamenti dell'elettorato che sono già propaganda prima ancora di essere conoscenza. Ma su questo fa storia l'ampia pubblicità della prima e del dopo il 18 giugno.

Ma naturalmente l'affare che ha attratto in Italia le maggiori del settore ricerche non è quello elettorale. Ed è perfino ovvio dire che tra tutti i sondaggi quelli di opinione sono i più manipolati e manipolabili. Ma anche al di là di ogni intento manipolatorio sono quelli più difficili da fare e più difficili da interpretare. Senza contare che le opinioni cambiano in continuazione.

Il cuore (se il marketing ha un cuore) delle ricerche è quello che batte intorno ai consumi. E in questo campo che si fanno le analisi a tapeto e si sperimentano nuove

Da ciò la necessità di tenere continuamente d'occhio l'opinione pubblica nei suoi spostamenti progressivi verso la supposta modernità e l'imperativo categorico di farle conto i conti e un'indagine di mercato pervicace ed invasiva. Assiduità. Sono compiti che la ricerca di mercato assolve con dovizia di particolari puntando sempre più alla formulazione di teorie e di scenari strategici offerti per abbonamento a diversi clienti. E qual che volta, quando se ne vedeva

molte società di ricerca la

una

BORSA DI MILANO

Una flessione che non preoccupa

MILANO Per la prima volta dopo nove settimane consecutive l'indice Mib ha fatto registrare una flessione. Il calo è stato dello 0,25, ma gli operatori non si mostrano preoccupati. Si è trattato infatti dell'ultima seduta prima della risposta premi in programma per la giornata di oggi e nella quale si prevede un quasi completo ritiro dei titoli. Soltanto dopo Ferragosto l'attività di piazza Affari comincerà ad avviarsi verso la normalità. Si potrà comprendere come si prospetta per la Borsa il prossimo autunno.

mento dei titoli acquistati a premio che già da qualche giorno stanno affluendo sul mercato. In quest'ottica è stato giudicato positivamente il comportamento di Fiat e di Generali: non stante abbiano accusato entrambe una battuta di assestamento. Ancora in evidenza le Montedison che hanno trascinato gli altri principali titoli del gruppo Ferruzzi al rialzo. Le azioni della società di Porto Bonaparte sono state intensamente scambiate mentre il prezzo già in crescita alla chiusura si impennava nel dopolunizio. Scambi vivaci su titoli assicurativi che sono stati coinvolti solo marginalmente dall'assestamento del mercato.

INDICI MIB

Table with 4 columns: Indice, Valore, Prec., Var. %

CONVERTIBILI

Table with 3 columns: Titolo, Cont., Term.

OBBLIGAZIONI

Table with 3 columns: Titolo, Ieri, Prec.

TITOLI DI STATO

Table with 3 columns: Titolo, Ieri, Prec.

FONDI D'INVESTIMENTO

Table with 3 columns: AZIONARI, Ieri, Prec.

AZIONI

Table with 3 columns: Titolo, Chiusa, Var. %

INDICI MIB

Table with 4 columns: Indice, Valore, Prec., Var. %

CONVERTIBILI

Table with 3 columns: Titolo, Cont., Term.

OBBLIGAZIONI

Table with 3 columns: Titolo, Ieri, Prec.

TITOLI DI STATO

Table with 3 columns: Titolo, Ieri, Prec.

FONDI D'INVESTIMENTO

Table with 3 columns: AZIONARI, Ieri, Prec.