



The Nielsen Company (Italy) S.r.l.
Via G. di Vittorio, 10
20094 Corsico (Milano)
www.nielsen.com/it

NOTA INFORMATIVA SUL MERCATO PUBBLICITARIO ITALIANO GENNAIO/DICEMBRE 2012

CONTATTI:

Nielsen

Samantha Rovatti, samanta.rovatti@nielsen.com, Mobile +39-3358478689

Sec Relazioni Pubbliche e Istituzionali

Marcella Ruggiero, ruggiero@segrp.it, Mobile +39-335214241

Silvia Rocchi, rochi@segrp.it, Mobile +39-3333013039

Il mercato della pubblicità chiude il suo peggiore anno degli ultimi 20 con una performance negativa del -14,3%, scendendo per la prima volta dal 2003 (secondo il perimetro misurato da Nielsen) sotto la soglia degli 8 miliardi di Euro a prezzi correnti. In termini reali vale a dire che, al netto dell'inflazione (ISTAT), si torna addirittura a livelli del 1991; questo fa quindi pensare ad un cambio strutturale e non congiunturale nella sua composizione.

In termini di mezzi, ad eccezione di Internet, il calo è trasversale a tutti quelli rilevati da Nielsen. Anche per il web, che chiude con il +5,3%, l'ultimo scorcio del 2012 è stato molto difficile.

In termini di settori il taglio dei budget pubblicitari ha coinvolto quasi tutte le industry. Tra le poche eccezioni turismo/viaggi (+5,1%) trascinata dall'apertura alla concorrenza nel mercato pubblicitario e alla competizione aereo/treno sulla tratta Roma Milano. Evidentemente questo risultato non riesce a compensare la contrazione di settori molto più rilevanti in termini di spesa quali alimentari, telecomunicazioni, automotive.

Una nota positiva per il mondo della comunicazione aziendale è la sostanziale tenuta del numero degli inserzionisti in Italia, rispetto al crollo del mercato (-2,4% nel complesso, -0,4% sulla Tv e + 20% su internet). Se da una parte questo fenomeno segnala un calo del prezzo medio dell'advertising, dall'altro è indice di una fiducia da parte delle aziende nella leva della comunicazione, nonostante il periodo economico difficile.

Informazioni su Nielsen

Nielsen Holdings N.V. (NYSE: NLSN) è un'azienda globale con posizione di leadership nelle misurazioni e informazioni di marketing relative a consumer, retail, advertising, televisione, internet, mobile e altri media.

E' presente in oltre 100 Paesi con sede a New York, USA e Diemen, Olanda.

Per maggiori informazioni: www.nielsen.com/it

Stima del mercato pubblicitario (Dati netti)	nielsen		
	2011 Gen./Dic.	2012 Gen./Dic.	Var. %
(Migliaia di Euro)			
TOTALE PUBBLICITA'	8,683,133	7,442,038	-14.3
QUOTIDIANI ¹	1,356,676	1,117,604	-17.6
PERIODICI ¹	852,528	695,314	-18.4
TV ²	4,624,308	3,917,531	-15.3
RADIO ³	433,183	388,912	-10.2
INTERNET (Fonte: FCP-Assointernet)	631,182	664,505	5.3
OUTDOOR (Fonte: AudiOutdoor)	117,032	102,416	-12.5
TRANSIT	99,016	88,561	-10.6
OUT OF HOME TV	10,589	9,505	-10.2
CINEMA ⁴	46,575	37,861	-18.7
DIRECT MAIL	512,043	419,829	-18.0

L'universo di riferimento è quello dei mezzi rilevati da Nielsen ad eccezione dei Quotidiani dove vengono utilizzati i dati FCP-ASSOQUOTIDIANI solo per le tipologie: Locale, Rubricata e Di Servizio e delle Radio dove vengono utilizzati i dati FCP-ASSORADIO solo per la tipologia Extra Tabellare.

Le elaborazioni sono effettuate con il contributo di FCP - ASSOQUOTIDIANI e FCP - ASSOPERIODICI.

¹ Per i dati di Stampa Commerciale Locale, Rubricata e Di Servizio la fonte è FCP-ASSOQUOTIDIANI

² Il dato comprende le emittenti Generaliste, Digitali e Satellitari

³ Le elaborazioni sono effettuate con il contributo di FCP -ASSORADIO

⁴ CINEMA: Universo di riferimento non omogeneo

2012 The Nielsen Company All rights reserved.

Settori di investimento	Quota % del settore sul mercato	Variazione % dell'investimento pubblicitario
TOTALE	100	-14.3
ABBIGLIAMENTO	5.9	-18.3
ABITAZIONE	3.4	-14.7
ALIMENTARI	13.2	-15.9
AUTOMOBILI	11.4	-15.7
BEVANDE/ALCOOLICI	4.6	-22.1
CURA PERSONA	5.0	-12.6
DISTRIBUZIONE	5.4	-11.6
ELETTRODOMESTICI	1.0	-31.5
ENTI/ISTITUZIONI	2.1	-29.9
FARMACEUTICI/SANITARI	4.5	-3.1
FINANZA/ASSICURAZIONI	4.6	-15.5
GESTIONE CASA	3.1	-19.9
GIOCHI/ARTICOLI SCOLASTICI	1.4	-25.0
INDUSTRIA/EDILIZIA/ATTIVITA'	2.4	-19.6
INFORMATICA/FOTOGRAFIA	1.0	-9.9
MEDIA/EDITORIA	6.1	-11.9
MOTO/VEICOLI	0.7	-23.5
OGGETTI PERSONALI	2.2	-8.2
SERVIZI PROFESSIONALI	2.3	-14.0
TELECOMUNICAZIONI	8.2	-18.0
TEMPO LIBERO	3.0	-4.4
TOILETRIES	4.2	-15.0
TURISMO/VIAGGI	2.5	5.1
VARIE	1.6	22.8