

## CONTATTI

Nielsen:

Ombretta Capodaglio, ombretta.capodaglio@nielsen.com, Mobile +39-335400850

SEC Relazioni Pubbliche e Istituzionali:

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

Mario Cedone, [cedone@segrp.it](mailto:cedone@segrp.it), Mobile +39-3393702047

## NOTA PER LA STAMPA

### IL MERCATO PUBBLICITARIO IN ITALIA A GENNAIO 2015

Milano, 12 marzo 2015 - Il mercato degli investimenti pubblicitari nel mese di gennaio chiude a -6,6% rispetto allo stesso mese del 2014, pari a circa 29 milioni in meno.

*“Parte in sordina il mercato pubblicitario nel 2015 dopo la buona performance dell’autunno - spiega **Alberto Dal Sasso, TAM e AIS Managing Director di Nielsen** - Gennaio esprime ancora una fase di attesa per le aziende del nostro paese; il Quantitative Easing d’altra parte è partito questa settimana e presto dovremmo cogliere gli effetti sull’economia reale, così come la parità Dollaro/Euro potrà favorire l’export”.*

Relativamente ai singoli mezzi, la TV chiude il mese con un calo del -4.8%, con andamenti differenti al suo interno. I quotidiani confermano il decremento che questo mese si attesta a -9.5%.

I Periodici, dopo il lieve miglioramento degli ultimi mesi dell’anno, chiudono gennaio con un -5.0%.

Gli investimenti sul mezzo Radio risultano stabili a +0.4%, confermando l’andamento migliore rispetto al totale mercato, Internet, relativamente al perimetro attualmente monitorato in dettaglio, evidenzia un calo pari a -10.4%. Le nostre stime desk sul digitale in generale (aggiungendo dunque la porzione di mercato non monitorata in dettaglio) per il mese di gennaio porterebbero il web in terreno positivo vicino all’8%.

Ancora in trend negativo il Cinema (-3,7%) e il Direct Mail (-26.2%). L’Outdoor e il Transit sono i mezzi in controtendenza, in crescita rispettivamente del 7.4% e del 28.5%.

Per quanto riguarda i settori merceologici, se ne segnalano 9 in crescita, con un apporto di circa 12 milioni di euro. Per i primi comparti del mercato si registrano andamenti differenti nel periodo cumulato: alla crescita della Distribuzione (+2.8%, pari a 0.5 milioni) e dei Media/Editoria (+10.9%, circa 2.5 milioni), si contrappongono un calo dell’Automotive (-4,3%, circa 2.5 milioni) e la frenata delle Telecomunicazioni, che con circa 10 milioni in meno di investimenti rispetto allo stesso mese del 2014 registrano una performance negativa del -29.6%. I maggiori apporti alla crescita arrivano da Informatica/Fotografia (+89.4%) e Giochi/articoli scolastici (+62.6%), che complessivamente incrementano l’investimento di 2.6 milioni.

*“Il mese di febbraio sembrerebbe dalle prime informazioni ancora difficile – continua Dal Sasso - mentre marzo in tendenza migliore. Il secondo trimestre potrà dare un’idea più chiara dell’andamento del 2015, anche perchè l’Expo sarà una realtà in atto. Vedremo come l’Italia, in tutti i settori sarà stata capace di sfruttare al meglio una chiara e non comune occasione di rilancio nella vetrina internazionale” – conclude Dal Sasso.*

**Informazioni su Nielsen**

Nielsen Holdings N.V. (NYSE: NLSN) è un'azienda globale di performance management che fornisce una visione totale dell'esposizione ai media dei consumatori e dei loro acquisti. Il segmento Watch di Nielsen fornisce ai clienti media e advertising i servizi di misurazione della Total Audience attraverso tutti i dispositivi in cui il contenuto – video, audio e testo – viene fruito. Il segmento Buy offre ai produttori di beni di largo consumo e ai distributori la visione globale delle misurazioni delle performance di vendita al dettaglio. Integrando le informazioni tra i segmenti Watch e Buy e altre fonti di dati, Nielsen fornisce ai propri clienti misurazioni globali e analisi che aiutano a migliorare le performance. Nielsen, una delle società dell'indice S&P 500, è presente in oltre 100 Paesi che coprono più del 90 per cento della popolazione mondiale.

Per maggiori informazioni, [www.nielsen.com](http://www.nielsen.com).

Stima del mercato pubblicitario (Dati netti)			nielsen .....
(Migliaia di Euro)	2014 Gennaio	2015 Gennaio	Var. %
<b>TOTALE PUBBLICITA'</b>	<b>441,232</b>	<b>412,081</b>	<b>-6.6</b>
<b>QUOTIDIANI</b> <sup>1</sup>	<b>52,568</b>	<b>47,583</b>	<b>-9.5</b>
<b>PERIODICI</b> <sup>1</sup>	<b>20,683</b>	<b>19,641</b>	<b>-5.0</b>
<b>TV</b> <sup>2</sup>	<b>275,409</b>	<b>262,153</b>	<b>-4.8</b>
<b>RADIO</b> <sup>3</sup>	<b>23,212</b>	<b>23,301</b>	<b>0.4</b>
<b>INTERNET</b> (Fonte: FCP-Assointernet)	<b>28,788</b>	<b>25,793</b>	<b>-10.4</b>
<b>OUTDOOR</b> (Fonte: AudiOutdoor)	<b>2,886</b>	<b>3,100</b>	<b>7.4</b>
<b>TRANSIT</b>	<b>4,274</b>	<b>5,491</b>	<b>28.5</b>
<b>OUT OF HOME TV</b>	<b>920</b>	<b>681</b>	<b>-26.0</b>
<b>CINEMA</b>	<b>1,660</b>	<b>1,598</b>	<b>-3.7</b>
<b>DIRECT MAIL</b>	<b>30,832</b>	<b>22,741</b>	<b>-26.2</b>

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 (comprensiva c.a.).

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

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

<sup>2</sup> Il dato comprende le emittenti Generaliste, Digitali e Satellitari

<sup>3</sup> Le elaborazioni sono effettuate con il contributo di FCP -ASSORADIO

2014 The Nielsen Company All rights reserved.

Gennaio 2015



Settori di investimento	Quota % del settore sul mercato	Variazione % dell'investimento pubblicitario
<b>TOTALE</b>	<b>100.00</b>	<b>-6.6</b>
ABBIGLIAMENTO	2.0	-11.4
ABITAZIONE	4.6	-1.8
ALIMENTARI	14.3	-9.1
AUTOMOBILI	15.6	-4.3
BEVANDE/ALCOOLICI	3.4	19.3
CURA PERSONA	3.5	26.0
DISTRIBUZIONE	5.7	2.8
ELETTRODOMESTICI	0.3	-36.0
ENTI/ISTITUZIONI	1.7	-3.7
FARMACEUTICI/SANITARI	10.5	-0.4
FINANZA/ASSICURAZIONI	4.5	-32.6
GESTIONE CASA	4.3	-7.2
GIOCHI/ARTICOLI SCOLASTICI	0.9	62.6
INDUSTRIA/EDILIZIA/ATTIVITA'	1.0	-52.7
INFORMATICA/FOTOGRAFIA	0.8	89.4
MEDIA/EDITORIA	7.3	10.9
MOTO/VEICOLI	0.3	-22.1
OGGETTI PERSONALI	0.5	-31.1
SERVIZI PROFESSIONALI	2.5	4.0
TELECOMUNICAZIONI	6.9	-29.6
TEMPO LIBERO	2.5	-12.1
TOILETRIES	4.5	9.9
TURISMO/VIAGGI	2.2	0.3

2015 The Nielsen Company All rights reserved.