

CONTATTI

Nielsen:

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

SEC Relazioni Pubbliche e Istituzionali:

Francesco Clovis, clovis@segrp.it, Mobile +39-3482606548

Alessandro D'Angelo, dangelo@segrp.it, Mobile +39-3294139226

NOTA PER LA STAMPA

IL MERCATO PUBBLICITARIO IN ITALIA A MAGGIO 2015

Milano, 9 luglio 2015 – L'andamento della pubblicità registra un miglioramento nei primi cinque mesi del 2015. Il mercato degli investimenti pubblicitari segna una crescita del 2,6% per il singolo mese di maggio, facendo registrare per i primi cinque mesi dell'anno un calo dell'1,3% rispetto allo stesso periodo del 2014, con un saldo negativo di circa 35,5 milioni. Se si aggiungesse anche la stima della raccolta sulla porzione di web attualmente non monitorata (principalmente search e social), il mercato chiuderebbe i primi cinque mesi dell'anno a +1,1%.

*“Continuano gli alti e bassi di questa prima parte dell'anno” - spiega **Alberto Dal Sasso, Advertising Information Service Business Director di Nielsen.** “La situazione greca di certo non aiuta a far crescere ottimismo tra gli investitori sulla fine della crisi e a consolidare le prospettive di crescita. Siamo comunque di fronte a un dato di mercato che ad oggi rappresenta la crescita tendenziale maggiore da inizio anno, che, però, difficilmente troverà conferma il mese prossimo quando il confronto generale si farà con i Mondiali di Calcio del 2014”.*

Relativamente ai singoli mezzi, la TV registra un incremento del 4,5% per il singolo mese, con i tipici andamenti differenti al suo interno, chiudendo il periodo cumulato gennaio – maggio a -0,7%.

Migliora l'andamento del mezzo stampa, in particolare dei periodici: a maggio si registra un calo del 2% per i quotidiani e una crescita del 2,2% per i magazine. Ne beneficia il trend del periodo cumulato sui primi cinque mesi dell'anno, che chiude rispettivamente a -5,9% e -3,6%.

Resta in terreno positivo la radio nel singolo mese (+1,1%) e nel periodo gennaio – maggio (+5,5%), continuando a mostrare segnali molto confortanti se si considera l'andamento generale del mercato e il peso rilevante del mese di maggio sul resto dell'anno.

Internet, relativamente al perimetro attualmente monitorato in dettaglio, resta leggermente negativo a maggio (-0,6%), con un decremento di 2,2% sui primi cinque mesi. Sulla base delle stime di Nielsen sul totale del web advertising, aggiungendo dunque la porzione di mercato non monitorata, il digitale crescerebbe dell'8,8% per il periodo gennaio – maggio 2015.

Continuano a perdere il cinema (-2,8%) e il direct mail (-3,1%). Buoni segnali anche dal mondo dell'out of home, trainato da Expo. Nel dettaglio: outdoor a +3,2%, transit a +9,4% e out of home tv in recupero (-10,1%).

Per quanto riguarda i settori merceologici, se ne segnalano 10 in crescita o intorno alla parità, con un apporto di circa 55 milioni di euro. Per i primi comparti del mercato si registrano andamenti differenti nei cinque mesi: alla crescita di finanza / assicurazioni (+3,9%, circa 5,3 milioni) e dei farmaceutici (+8%, circa 11,4 milioni), si contrappongono il calo dell'automotive (-2,2%, circa 6,3

milioni) e delle telecomunicazioni (-14,1%, circa 23 milioni). I maggiori apporti alla crescita arrivano dai servizi professionali (+17,8%), gestione casa (+7,3%), oggetti personali (+7,6%) ed enti / istituzioni (+4,8%).

“I segnali positivi ci sono e arrivano da più parti – conclude Dal Sasso -, soprattutto dalle parole degli investitori: le recenti dichiarazioni di UPA nella assemblea annuale ne sono la significativa testimonianza”.

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.

Stima del mercato pubblicitario (Dati netti)	2014	2015	nielsen
(Migliaia di Euro)	Gen./Mag.	Gen./Mag.	Var. %
TOTALE PUBBLICITA'	2,764,560	2,729,146	-1.3
QUOTIDIANI ¹	336,753	316,922	-5.9
PERIODICI ¹	211,409	203,777	-3.6
TV ²	1,654,917	1,643,848	-0.7
RADIO ³	144,912	152,911	5.5
INTERNET (Fonte: FCP-Assointernet)	190,468	186,364	-2.2
OUTDOOR (Fonte: AudiOutdoor)	33,484	34,557	3.2
TRANSIT	36,691	40,157	9.4
OUT OF HOME TV	6,187	5,562	-10.1
CINEMA	7,385	7,176	-2.8
DIRECT MAIL	142,354	137,872	-3.1

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.

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

2014 The Nielsen Company All rights reserved.

Gen./Mag.2015			
Settori di investimento	Quota % del settore sul mercato	Variazione % dell'investimento pubblicitario	
TOTALE	100		-1.3
ABBIGLIAMENTO	5.1		-8.4
ABITAZIONE	4.0		-3.4
ALIMENTARI	15.5		3.2
AUTOMOBILI	11.9		-2.2
BEVANDE/ALCOOLICI	4.6		2.5
CURA PERSONA	5.1		-1.6
DISTRIBUZIONE	6.0		-0.2
ELETTRODOMESTICI	0.7		-35.8
ENTI/ISTITUZIONI	2.1		4.8
FARMACEUTICI/SANITARI	6.4		8.0
FINANZA/ASSICURAZIONI	5.9		3.9
GESTIONE CASA	4.0		7.3
GIOCHI/ARTICOLI SCOLASTICI	0.9		-2.2
INDUSTRIA/EDILIZIA/ATTIVITA'	1.4		-43.6
INFORMATICA/FOTOGRAFIA	0.4		-36.4
MEDIA/EDITORIA	5.2		-6.5
MOTO/VEICOLI	0.6		-11.9
OGGETTI PERSONALI	1.6		7.6
SERVIZI PROFESSIONALI	2.2		17.8
TELECOMUNICAZIONI	5.8		-14.1
TEMPO LIBERO	2.5		-2.4
TOILETRIES	5.2		4.0
TURISMO/VIAGGI	2.7		-5.2

2015 The Nielsen Company All rights reserved.