



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 OTTOBRE 2015

Milano, 14 dicembre 2015 – Il mercato degli investimenti pubblicitari nei primi dieci mesi del 2015 cresce dell'1,4%, considerando anche la porzione web (principalmente search e social) stimata da Nielsen. Sulla base del perimetro attualmente rilevato nel dettaglio si registrano invece un calo dell'1,1% rispetto allo stesso periodo del 2014 (56,6 milioni in meno) e un incremento del 2,7% per il singolo mese di ottobre.

Relativamente ai singoli mezzi, la TV cresce del 6,7% nel singolo mese, portando il periodo cumulato a -0,7% e confermando questa inversione di tendenza anche per gli ultimi due mesi del 2015.

Confermano il segno negativo i quotidiani, che registrano un mese di ottobre a -2,3% e chiudono i 10 mesi a -6,7%, così come i periodici, in perdita del 4% per questo stesso periodo.

Il mezzo radio continua a distinguersi con un andamento molto positivo: +9,4% a ottobre e +10% nel periodo consolidato.

Internet, relativamente al perimetro attualmente monitorato, si stabilizza a ottobre (-0,1%), assestando il decremento al -1,2% sui 10 mesi del 2015. Sulla base delle stime di Nielsen relative al totale del web advertising, aggiungendo dunque la porzione di mercato non monitorata, il digitale crescerebbe del 9% per il periodo gennaio – ottobre 2015.

Continua l'andamento negativo della raccolta per il cinema e per il direct mail, rispettivamente in calo del 7,2% e del 6,1%. Continua l'ottimo momento dell'intero mondo dell'out of home che chiude in terreno positivo a gennaio - ottobre: outdoor a +3,1%, transit a +19,4% e out of home TV a +10,7%.

Per quanto riguarda i settori merceologici, se ne segnalano 11 in crescita, con un apporto di circa 119 milioni di euro. Per i primi comparti del mercato si registrano andamenti differenti nei 10 mesi del 2015: alla crescita di alimentari (+5,7%, circa 37 milioni) e farmaceutici (+4,7%, circa 11,6 milioni), si contrappone il calo di finanza/assicurazioni (-5,9%, circa 15,5 milioni), automotive (-1,3%, circa 6,5 milioni) e telecomunicazioni (-7,9%, circa 23,1 milioni). I maggiori apporti alla crescita arrivano da servizi professionali (+23%), enti/istituzioni (+9,7%), gestione casa (+8%) e bevande/alcolici (+7,4%).

“L'ultimo mese e mezzo dell'anno è condizionato dalla ripresa dei consumi natalizi ma anche da una rinnovata paura generata dai recenti fatti terroristici” – ha dichiarato **Alberto Dal Sasso, Advertising Information Service Business Director di Nielsen**. *“Il mercato pubblicitario continua l'andamento migliorativo degli ultimi mesi favorendo una chiusura dell'anno in crescita dell'1,8%, considerando*

l'intero mondo del web, in linea con quanto previsto da diversi osservatori. Nello specifico: TV +0,5%, stampa -6%, internet +8,5%, radio +8,2%, out of home +10%". Alla luce di ciò – aggiunge Dal Sasso – se dovessero proseguire queste tendenze in termini di consumi e di fiducia da parte dei consumatori, possiamo anticipare che la crescita si consolidi nel 2016 attorno al 3,5%".

Informazioni su Nielsen

Nielsen Holdings plc (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 in migliaia di euro

	2014	2015	Var.%
TOTALE PUBBLICITA'	5,070,971	5,014,304	↓ -1.1
• QUOTIDIANI ¹	653,669	610,068	↓ -6.7
• PERIODICI ¹	401,801	385,848	↓ -4.0
• TV ²	2,925,428	2,904,436	↓ -0.7
• RADIO ³	280,571	308,523	↑ 10.0
• INTERNET Fonte: FCP-Assointernet	367,599	363,350	↓ -1.2
• OUTDOOR Fonte: AudiOutdoor	66,780	68,819	↑ 3.1
• TRANSIT	74,738	89,232	↑ 19.4
• OUT OF HOME TV	11,836	13,099	↑ 10.7
• CINEMA	13,341	12,387	↓ -7.2
• DIRECT MAIL	275,208	258,542	↓ -6.1

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

Copyright © 2015 The Nielsen Company. All rights reserved

INVESTIMENTI PUBBLICITARI PER SETTORE

nielsen
.....

Gen./Ott. 2015

Settori di investimento	Quota % del settore sul mercato	Variazione %
TOTALE	100	 -1.1
ABBIGLIAMENTO	5.1	 -4.5
ABITAZIONE	3.5	 -5.3
ALIMENTARI	15.0	 5.7
AUTOMOBILI	10.6	 -1.3
BEVANDE/ALCOOLICI	5.0	 7.4
CURA PERSONA	4.6	 -1.1
DISTRIBUZIONE	6.2	 0.6
ELETTRODOMESTICI	0.7	 -25.9
ENTI/ISTITUZIONI	2.2	 9.7
FARMACEUTICI/SANITARI	5.6	 4.7
FINANZA/ASSICURAZIONI	5.4	 -5.9
GESTIONE CASA	3.9	 8
GIOCHI/ARTICOLI SCOLASTICI	0.9	 -5.1
INDUSTRIA/EDILIZIA/ATTIVITA'	1.4	 -36.5
INFORMATICA/FOTOGRAFIA	0.4	 -41.2
MEDIA/EDITORIA	5.2	 -10.5
MOTO/VEICOLI	0.6	 -7.8
OGGETTI PERSONALI	1.5	 2
SERVIZI PROFESSIONALI	2.3	 23
TELECOMUNICAZIONI	5.9	 -7.9
TEMPO LIBERO	2.5	 -6
TOILETRIES	5.1	 0.6
TURISMO/VIAGGI	2.8	 2.3
VARIE	3.9	 3.6