

CONTATTI

Nielsen:

Luca Valsecchi, luca.valsecchi@nielsen.com, Mobile +39-3425167387

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

SEC Spa:

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

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

NOTA PER LA STAMPA

IL MERCATO PUBBLICITARIO IN ITALIA A MAGGIO 2016

Milano, 12 luglio 2016 - Il mercato degli investimenti pubblicitari in Italia nel mese di maggio è stabile a +0,4%: i primi 5 mesi si attestano a +2,7%, rispetto allo stesso periodo del 2015, grazie a un incremento nella raccolta di circa 73 milioni di euro. Se si aggiungesse anche la stima della raccolta sulla porzione di *web* attualmente non monitorata (principalmente *search* e *social*), il mercato chiuderebbe il mese di maggio a +2,5% e i primi cinque mesi dell'anno a +4,3%.

"In attesa del traino degli Europei di calcio, a maggio la crescita è stata più contenuta, ma sempre in terreno positivo" - spiega **Alberto Dal Sasso, TAM e AIS Managing Director di Nielsen**. *"Si tratta di un risultato in linea con le aspettative, dal momento che maggio 2015, coincidendo con l'inizio dell'Expo, era stato un mese di crescita al 3%, preceduto e seguito da un mese in negativo. In attesa di capire come in autunno la Brexit potrà avere effetti anche sul mercato pubblicitario, confermiamo una fase finale dell'anno fisiologicamente più tranquilla"*.

Relativamente ai singoli mezzi, la tv cresce a maggio del +5% e chiude i primi cinque mesi a +6,1%. Tornano in negativo i quotidiani, che chiudono il mese a -10,6% e consolidano il periodo gennaio – maggio a -4,7%. L'andamento di maggio è negativo anche per i periodici: maggio a -10,1% e i primi cinque mesi a -3,6%.

Gli investimenti sul mezzo radio restano positivi grazie al singolo maggio in crescita dell'1,2%, che consolida a +2% il trend del periodo gennaio - maggio.

Internet, relativamente al perimetro attualmente monitorato in dettaglio, registra un decremento dell'1,9% nel periodo cumulato e un calo a maggio del 6,3%. Integrando il dato con le stime desk di Nielsen sull'intero mondo del *web advertising* (aggiungendo principalmente *search* e *social*), i primi cinque mesi chiuderebbero a +8,1% (maggio a +7,7%).

Sempre buone le performance per il cinema, che cresce del 18,6%. Il mondo dell'out of home risente dell'assenza di Expo nel confronto con il singolo mese di maggio; nel periodo cumulato, l'outdoor chiude i primi cinque mesi a +5,0%, il transit a +9,3% e la GO tv (ex out of home tv) a -10,1%.

Per quanto riguarda i settori merceologici, solo cinque continuano ad avere un segno negativo.

Per i primi comparti del mercato, si registrano andamenti differenti nel periodo gennaio - maggio: tornano a crescere le telecomunicazioni (+18,2%) e la distribuzione (+22,1%), cui si contrappongono i cali della finanza (-19,2%) e dell'informatica (-20,5%). Tra gli altri comparti che contribuiscono alla crescita, si segnalano le buone performance di media/editoria (+11,7%), turismo (+12,9%) e tempo libero (+15,3%).

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 in migliaia di euro

	Gen./Mag.2015	Gen./Mag.2016	Var.%
TOTALE PUBBLICITA'	2,724,394	2,797,060	2.7
• QUOTIDIANI ¹	311,729	297,041	-4.7
• PERIODICI ¹	204,018	196,630	-3.6
• TV ²	1,631,034	1,730,093	6.1
• RADIO ³	153,591	156,590	2.0
• INTERNET Fonte: FCP-Assointernet	187,942	184,404	-1.9
• OUTDOOR Fonte: AudiOutdoor	37,245	39,109	5.0
• TRANSIT	48,558	53,066	9.3
• GO TV (ex OUT OF HOME TV)	6,531	5,873	-10.1
• CINEMA	5,732	6,797	18.6
• DIRECT MAIL	138,016	127,458	-7.6

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 © 2016 The Nielsen Company. All rights reserved

INVESTIMENTI PUBBLICITARI PER SETTORE



Gen./Mag. 2016

Settori di investimento	Quota % del settore sul mercato	Variazione %	
TOTALE	100	↑	2.7
ABBIGLIAMENTO	4.6	↓	-6.6
ABITAZIONE	4.3	↑	6.4
ALIMENTARI	15.1	↑	1.7
AUTOMOBILI	12.2	↑	6.4
BEVANDE/ALCOOLICI	4.5	↑	3.3
CURA PERSONA	4.9	↑	1
DISTRIBUZIONE	6.4	↑	22.1
ELETTRODOMESTICI	0.7	↑	1
ENTI/ISTITUZIONI	1.4	↑	16.5
FARMACEUTICI/SANITARI	6.6	↑	7.9
FINANZA/ASSICURAZIONI	4.1	↓	-19.2
GESTIONE CASA	4.0	↑	5.3
GIOCHI/ARTICOLI SCOLASTICI	0.7	↓	-19.4
INDUSTRIA/EDILIZIA/ATTIVITA'	1.4	↑	7.5
INFORMATICA/FOTOGRAFIA	0.3	↓	-20.5
MEDIA/EDITORIA	4.9	↑	11.7
MOTO/VEICOLI	0.6	↑	1.8
OGGETTI PERSONALI	1.6	↑	2.9
SERVIZI PROFESSIONALI	2.2	↑	0.3
TELECOMUNICAZIONI	6.6	↑	18.2
TEMPO LIBERO	2.8	↑	15.3
TOILETRIES	5.0	↑	3.5
TURISMO/VIAGGI	3.0	↑	12.9
VARIE	2.1	↓	-9.6