

CONTATTI

Nielsen:

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

SEC Spa:

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

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

NOTA PER LA STAMPA

IL MERCATO PUBBLICITARIO IN ITALIA A MARZO 2017

Milano, 10 maggio 2017 - Nel primo trimestre 2017, il mercato degli investimenti pubblicitari chiude in calo del 1,6% rispetto allo stesso periodo del 2016. Nel singolo mese di marzo la raccolta perde lo 0,7%. Aggiungendo anche la stima sulla porzione di web attualmente non monitorata (principalmente *search* e *social*), il mercato chiude il mese di marzo a +2% e il periodo consolidato a +1% .

“Mercato in sostanziale tenuta nel primo trimestre dell’anno: è un segnale sicuramente positivo in ottica 2017, visto che i secondi tre mesi dovranno confrontarsi con i periodi migliori del 2016. Per questo è prevedibile un fisiologico calo” - spiega **Alberto Dal Sasso, TAM e AIS Managing Director di Nielsen**. *“La crescita di due punti percentuali sul mese di marzo trainata dalla TV e dalla raccolta di tutto il web conferma il trend di periodo”*.

Relativamente ai singoli mezzi, la tv cresce del 2,4% nel singolo mese, chiudendo il periodo gennaio – marzo con un leggero incremento (+0,6%). Sempre negativa la stampa: quotidiani e periodici a marzo si attestano rispettivamente a -7,8% e -8,9% e nel primo trimestre in calo dell’8,9% e del 7,7%. Stabile la raccolta della radio nel mese di marzo (-0,1%), che porta il periodo cumulato di poco sotto “quota zero” (-0,2%).

La crescita di internet è dovuta principalmente a *search* e *social*, sulla base delle stime realizzate da Nielsen. Relativamente al perimetro attualmente monitorato in dettaglio, infatti, il *web* registra un calo del 2,6% nel periodo cumulato e del -2,8% nel singolo mese di marzo. Allargando il perimetro all’intero universo del *web advertising*, la raccolta nel primo trimestre chiude a +7,9%.

In trend negativo il cinema (-11%), l’outdoor (-18,1%), la GoTV (-6,5%) e il transit (-1,8%). In leggero calo il direct mail (-0,9%).

Per quanto riguarda i settori merceologici, se ne segnalano 12 in crescita, con un apporto complessivo di circa 59 milioni di euro. Per i primi comparti del mercato si registrano andamenti differenti: alle performance positive di automobili (+11,3%), farmaceutici (+15,2%) e abitazione (+12,5%), si contrappongono i cali delle telecomunicazioni (-16,3%), media/editoria (-10,8%) e distribuzione (-11,3%). Dopo un anno in costante crescita, la raccolta pubblicitaria nel settore degli alimentari registra una frenata nel trimestre, scendendo di poco sotto lo zero rispetto allo stesso periodo del 2016.

*“Attendiamo di vedere come il mercato si assesterà sul secondo e più difficile trimestre per valutare la tendenza del 2017” - **conclude Dal Sasso.** “Ci si muove ancora tra segnali contrastanti, con consumi dagli andamenti altalenanti, una sostenuta ripresa del mercato delle auto (+12%) e soprattutto una previsione di crescita del PIL allo 0,8% che ci vede davanti solo a Brasile e Venezuela, secondo il ranking dell’Economist. Le nubi più nere post Brexit sembrano diradarsi dopo il risultato del voto in Francia: ci auspichiamo che si riesca ad agganciare la crescita come già stanno facendo altri Paesi dell’area Euro, Spagna su tutti”.*

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./Mar.2016	Gen./Mar.2017	Var.%
TOTALE PUBBLICITA'	1,564,540	1,539,300 ↓	-1.6
• QUOTIDIANI ¹	166,312	151,581 ↓	-8.9
• PERIODICI ¹	100,198	92,518 ↓	-7.7
• TV ²	972,217	977,870 ↑	0.6
• RADIO ³	87,882	87,715 ↓	-0.2
• INTERNET Fonte: FCP-Assointernet	105,849	103,063 ↓	-2.6
• OUTDOOR Fonte: AudiOutdoor	19,920	16,315 ↓	-18.1
• TRANSIT	27,989	27,480 ↓	-1.8
• GO TV (ex OUT OF HOME TV)	3,374	3,154 ↓	-6.5
• CINEMA	4,329	3,854 ↓	-11.0
• DIRECT MAIL	76,469	75,749 ↓	-0.9

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 © 2017 The Nielsen Company. All rights reserved

INVESTIMENTI PUBBLICITARI PER SETTORE



Gen./Mar. 2017

Settori di investimento	Quota % del settore sul mercato	Variazione %
Grand Total	100.00	↓ -1.6
ABBIGLIAMENTO	4.0	↓ -13.6
ABITAZIONE	4.8	↑ 12.5
ALIMENTARI	16.0	↓ -1.4
AUTOMOBILI	13.9	↑ 11.3
BEVANDE/ALCOOLICI	3.8	↑ 0.2
CURA PERSONA	4.8	↓ -1.2
DISTRIBUZIONE	5.6	↓ -11.3
ELETTRODOMESTICI	0.6	↑ 14.3
ENTI/ISTITUZIONI	1.0	↑ 7.1
FARMACEUTICI/SANITARI	8.6	↑ 15.2
FINANZA/ASSICURAZIONI	3.8	↓ -7.2
GESTIONE CASA	3.6	↓ -7.5
GIOCHI/ARTICOLI SCOLASTICI	0.9	↑ 27.8
INDUSTRIA/EDILIZIA/ATTIVITA'	1.7	↑ 39
INFORMATICA/FOTOGRAFIA	0.3	↑ 45.2
MEDIA/EDITORIA	5.1	↓ -10.8
MOTO/VEICOLI	0.7	↑ 14.3
OGGETTI PERSONALI	1.2	↑ 15.4
SERVIZI PROFESSIONALI	2.2	↓ -6
TELECOMUNICAZIONI	6.3	↓ -16.3
TEMPO LIBERO	3.1	↑ 4.1
TOILETRIES	3.7	↓ -21.1
TURISMO/VIAGGI	2.2	↓ -7.9
VARIE	2.0	↓ -20.8