

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 AD AGOSTO 2017

Milano, 11 ottobre 2017 – Il mercato degli investimenti pubblicitari in Italia chiude i primi otto mesi dell'anno in calo dell'1,1% rispetto allo stesso periodo del 2016. Se si esclude dalla raccolta *web* la stima Nielsen sul *search* e sul *social*, l'andamento registra una contrazione del 4%. Il singolo mese di agosto si attesta a +0,6% (-3,2% senza *search* e *social*).

“Seppur di poco, torna in positivo il mese di agosto 2017, anche se il modesto contributo al mercato, dovuto alla stagionalità, non è sufficiente per portare il dato cumulato degli otto mesi sullo stesso terreno” - spiega **Alberto Dal Sasso, TAM e AIS Managing Director di Nielsen**. *“L'autunno dovrebbe confermarsi e consolidarsi in crescita: sarà importante valutarne la portata nel mese di settembre come cartina di tornasole per l'intera stagione”*.

Relativamente ai singoli mezzi, la tv chiude gli otto mesi a -3,5%, condizionata da un agosto negativo (-5,3%).

L'andamento della stampa continua a essere in calo: nel singolo mese, i quotidiani e i *magazine* perdono rispettivamente il 5% e il 6,5%, portando la raccolta nel periodo cumulato gennaio – agosto rispettivamente a -10,5% e -7%. Prosegue invece il buon *trend* della radio che chiude i primi otto mesi con una crescita del 3,2%, nonostante il -0,3% registrato ad agosto.

Sulla base delle stime realizzate da Nielsen, la raccolta dell'intero universo del *web advertising* chiude in positivo a +6,9% (-1%, se si escludono il *search* e il *social*).

Buono l'andamento della GoTV (+12,6%) e del transit (+1,5%) nei primi otto mesi, mentre continua il *trend* negativo dell'outdoor (-19,1%). Il cinema conferma la sua fase di recupero, attestandosi a -6%. Il direct mail chiude a -3,5%.

Per quanto riguarda i settori merceologici, se ne segnalano otto in crescita nel periodo cumulato, con un apporto complessivo di circa 45 milioni di euro. Per i primi cinque comparti a livello di quote di mercato, si registrano andamenti differenti: gli investimenti del settore automobilistico si fermano a -0,4%. Positiva la performance del pharma (+2,8%). Continua invece l'andamento negativo per le telecomunicazioni (-4,7%), gli alimentari (-5,7%) e la distribuzione (-10,1%). Tre settori - elettrodomestici, giochi/articoli scolastici e informatica – crescono a doppia cifra, incrementando gli

investimenti rispettivamente del 51,2%, 40,3% e 20,5%, con un apporto complessivo di circa 24 milioni di euro.

*“Ci si muove ormai da tre anni tra segnali positivi che derivano dagli indicatori macroeconomici e timori che la ripresa non sia ancora consolidata. Il Fondo Monetario Internazionale ha rivisto al rialzo le previsioni di crescita al +1,5% per quest’anno: +0,2% rispetto alla previsione di luglio e addirittura +0,7% rispetto ad aprile” - conclude **Dal Sasso**. “Se dovessimo seguire questi trend, ci aspetteremmo un autunno in buona salute. Il trend del mercato della comunicazione rimane in fase di recupero nel medio periodo, seppur contenuta. Ci confrontiamo, inoltre, con un 2016 a due velocità, caratterizzato da una crescita di quasi 5 punti nel periodo gennaio - agosto (con Europei di calcio e Olimpiadi) che è scesa nell’autunno a +1,4%. A settembre vedremo quasi sicuramente un segno positivo, la cui portata ci indicherà con maggior precisione la chiusura del 2017”.*

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 Agostori informazioni, www.nielsen.com.

STIMA DEL MERCATO PUBBLICITARIO



Dati netti in migliaia di euro

	Gen./Ago.2016	Gen./Ago.2017	Var.%
TOTALE PUBBLICITA'	3,933,909	3,776,509 ↓	-4.0
• QUOTIDIANI ¹	431,919	386,477 ↓	-10.5
• PERIODICI ¹	278,697	259,131 ↓	-7.0
• TV ²	2,365,634	2,283,596 ↓	-3.5
• RADIO ³	242,517	250,339 ↑	3.2
• INTERNET Fonte: FCP-Assointernet	272,650	269,967 ↓	-1.0
• OUTDOOR Fonte: AudiOutdoor	57,444	46,487 ↓	-19.1
• TRANSIT	79,972	81,192 ↑	1.5
• GO TV (ex OUT OF HOME TV)	9,656	10,868 ↑	12.6
• CINEMA	8,185	7,696 ↓	-6.0
• DIRECT MAIL	187,235	180,755 ↓	-3.5

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

nielsen
.....

Gen./Ago. 2017

Settori di investimento	Quota % del settore sul mercato	Variazione %	
Grand Total	100		-4
ABBIGLIAMENTO	3.9		-7.1
ABITAZIONE	4.2		-0.3
ALIMENTARI	14.4		-5.7
AUTOMOBILI	11.8		-0.4
BEVANDE/ALCOOLICI	5.7		-3.4
CURA PERSONA	4.5		-5.7
DISTRIBUZIONE	6.0		-10.1
ELETTRODOMESTICI	1.1		51.2
ENTI/ISTITUZIONI	1.5		1.5
FARMACEUTICI/SANITARI	7.2		2.8
FINANZA/ASSICURAZIONI	3.7		-14.3
GESTIONE CASA	4.0		-5.7
GIOCHI/ARTICOLI SCOLASTICI	1.0		40.3
INDUSTRIA/EDILIZIA/ATTIVITA'	2.0		8.5
INFORMATICA/FOTOGRAFIA	0.5		20.5
MEDIA/EDITORIA	4.1		-13.5
MOTO/VEICOLI	0.6		-0.3
OGGETTI PERSONALI	1.6		-0.4
SERVIZI PROFESSIONALI	2.1		-9.4
TELECOMUNICAZIONI	6.4		-4.7
TEMPO LIBERO	3.1		2.2
TOILETRIES	4.8		-17.8
TURISMO/VIAGGI	3.3		-9.2
VARIE	2.4		8.3