

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 APRILE 2017

Milano, 8 giugno 2017 - Nel primo quadrimestre 2017, il mercato degli investimenti pubblicitari chiude in calo dello 0,3% rispetto allo stesso periodo del 2016 (-2,9% se si esclude dal *web* la stima Nielsen sul *search* e sul *social*). Nel singolo mese di aprile la raccolta perde il 2,8% (-6,4% senza *search* e *social*).

“Il mercato registra un sostanziale pareggio nel primo quadrimestre dell’anno: i prossimi due o tre mesi saranno probabilmente in “rosso” per motivi di pura stagionalità degli anni dispari, vista l’assenza di grandi eventi sportivi particolarmente mediatici” - spiega Alberto Dal Sasso, TAM e AIS Managing Director di Nielsen. “Ci aspettiamo una ripresa nell’ultima parte dell’anno, quando il raffronto con il periodo degli Europei di calcio nel 2016 non condizionerà la raccolta pubblicitaria come nei mesi centrali”.

Relativamente ai singoli mezzi, la tv è in calo del -4,2% nel singolo mese e chiude il periodo gennaio – aprile con un leggero decremento (-0,6%). Sempre negativa la stampa: ad aprile i quotidiani e i periodici si attestano a -19,4% e -8,9%, portando la raccolta nel quadrimestre rispettivamente a -11,2% e -8%. La buona performance della radio nel singolo mese (+3,5%) riporta l’andamento del mezzo in terreno positivo (+0,7%).

Sulla base delle stime realizzate da Nielsen, la raccolta dell’intero universo del *web advertising* chiude in crescita del 7,3% (-1,4% se si escludono il *search* e il *social*).

Chiudono il quadrimestre in *trend* negativo tutti gli altri mezzi: cinema (-16,1%), outdoor (-18,5%), GoTV (-2,4%), transit (-2,8%) e direct mail (-5,5%).

Per quanto riguarda i settori merceologici, se ne segnalano 11 in crescita, con un apporto complessivo di circa 55 milioni di euro. Per i primi comparti del mercato si registrano andamenti differenti: alle performance positive di automobili (+6,2%), farmaceutici (+10,2%) e abitazione (+2,2%), si contrappongono i cali delle telecomunicazioni (-11,6%), media/editoria (-13,4%) e del largo consumo (-4,3%) che riunisce insieme bevande, alimentari, gestione casa e *toiletries*.

“L’accelerazione dell’economia italiana, riportata dalla recente correzione al rialzo della stima preliminare sul PIL del primo trimestre (dallo 0,2 allo 0,4%), che migliora le stime governative, è confermata dall’Istat che riporta buoni segnali sia sui consumi interni che sull’occupazione. Attendiamo di vedere se e come questi segnali possano scaricarsi anche in parte sul mercato della pubblicità, a sostegno dei consumi” - conclude Dal Sasso. “Ci si muove ancora tra segnali

contrastanti. La stagione delle elezioni in grandi Paesi d'Europa potrà consegnarci maggiori certezze per il 2018, ma crediamo che il 2017 rimarrà un anno di transizione: le nostre previsioni aggiornate a maggio ci mostrano una fine dell'anno con una crescita inferiore al 2%".

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./Apr.2016	Gen./Apr.2017	Var.%
TOTALE PUBBLICITA'	2,129,162	2,068,473 ↓	-2.9
• QUOTIDIANI ¹	230,037	204,283 ↓	-11.2
• PERIODICI ¹	152,437	140,168 ↓	-8.0
• TV ²	1,305,636	1,297,190 ↓	-0.6
• RADIO ³	119,165	120,048 ↑	0.7
• INTERNET Fonte: FCP-Assointernet	140,041	138,113 ↓	-1.4
• OUTDOOR Fonte: AudiOutdoor	29,067	23,678 ↓	-18.5
• TRANSIT	40,182	39,073 ↓	-2.8
• GO TV (ex OUT OF HOME TV)	4,488	4,381 ↓	-2.4
• CINEMA	5,618	4,711 ↓	-16.1
• DIRECT MAIL	102,491	96,828 ↓	-5.5

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./Apr. 2017

Settori di investimento	Quota % del settore sul mercato	Variazione %	
TOTALE	100.00		-2.9
ABBIGLIAMENTO	4.7		-7
ABITAZIONE	4.7		2.2
ALIMENTARI	15.3		-2.6
AUTOMOBILI	13.3		6.2
BEVANDE/ALCOOLICI	4.2		2.4
CURA PERSONA	4.7		-8.1
DISTRIBUZIONE	5.8		-9.5
ELETTRODOMESTICI	0.8		25.8
ENTI/ISTITUZIONI	1.1		-7.7
FARMACEUTICI/SANITARI	7.9		10.2
FINANZA/ASSICURAZIONI	3.7		-9
GESTIONE CASA	3.9		-5.6
GIOCHI/ARTICOLI SCOLASTICI	1.0		48.3
INDUSTRIA/EDILIZIA/ATTIVITA'	1.9		36.3
INFORMATICA/FOTOGRAFIA	0.4		22
MEDIA/EDITORIA	4.7		-13.4
MOTO/VEICOLI	0.6		3.8
OGGETTI PERSONALI	1.3		3
SERVIZI PROFESSIONALI	2.0		-11
TELECOMUNICAZIONI	6.2		-11.6
TEMPO LIBERO	3.1		6.8
TOILETRIES	4.1		-17.5
TURISMO/VIAGGI	2.4		-12.4
VARIE	2.0		-11.6