

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 LUGLIO 2017

Milano, 14 settembre 2017 – Il mercato degli investimenti pubblicitari in Italia chiude i primi sette mesi in calo dell'1,2% 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 3,9%. Il singolo mese di luglio si attesta a -7,3% (-12,3% senza *search* e *social*).

“Come avevamo previsto, il mese di luglio ha chiuso in flessione, per i motivi di dipendenza dagli eventi mediatici trainanti che, com'è risaputo, si concentrano nei periodi estivi degli anni pari” - spiega Alberto Dal Sasso, TAM e AIS Managing Director di Nielsen. “Bisogna però aggiungere che il calo del singolo mese è stato più significativo di quanto potessimo aspettarci”.

Relativamente ai singoli mezzi, la tv chiude i sette mesi in calo del 3,4%, condizionata da un luglio particolarmente negativo (-17,6%).

L'andamento della stampa continua a essere negativo: nel singolo mese, i quotidiani e i *magazine* perdono rispettivamente il 12,3% e l'8,1%, portando la raccolta nel periodo cumulato rispettivamente a -10,9% e -7,1%. Prosegue invece il buon periodo della radio che chiude i primi sette mesi con una crescita del 3,4%, seppur rallentata dalla *performance* negativa di luglio (-5,1%).

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

Buono l'andamento della GoTV (+12%) e del transit (+1,2%), mentre continua il *trend* negativo dell'outdoor (-19,3%). La raccolta positiva nel mese di luglio per cinema e direct mail consente a questi due mezzi di colmare in parte il *gap* negativo registrato nei mesi scorsi, attestandosi rispettivamente a -8% e -0,7% nel periodo gennaio – luglio 2017.

Per quanto riguarda i settori merceologici, se ne segnalano otto in crescita, con un apporto complessivo di circa 42 milioni di euro. Per i primi cinque comparti a livello di quote di mercato, si registrano andamenti differenti: dopo quattro mesi con segno positivo, gli investimenti del settore automobilistico si fermano a -0,4%. Positiva la *performance* del *pharma* (+3,3%). Continua invece l'andamento negativo per le telecomunicazioni (-4,9%), gli alimentari (-4,7%) e la distribuzione

(-10,9%). Tre settori - elettrodomestici, giochi/articoli scolastici e informatica – crescono a doppia cifra, incrementando gli investimenti rispettivamente del 51,7%, 44,4% e 26%, con un apporto complessivo di circa 24 milioni di euro.

*“I recenti dati di crescita della produzione industriale - conclude **Dal Sasso** - confermano il trend di ripresa anche in vista del 2018: la discreta salute della nostra economia sembra confermata dai numeri che arrivano da più istituzioni. Il trend del mercato della comunicazione rimane in fase di recupero, seppur contenuta, nel medio periodo. Sarà importante vedere se settembre e la ripresa della stagione ci confermeranno le previsioni per la fine dell’anno o se sarà necessaria una ricalibrazione. Non dimentichiamo che le elezioni politiche del 2018 influenzeranno il Sistema Paese già a partire dall’autunno, impattando anche sul mercato della pubblicità”.*

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 migliori informazioni, www.nielsen.com.

STIMA DEL MERCATO PUBBLICITARIO



Dati netti in migliaia di euro

	Gen./Lug.2016	Gen./Lug.2017	Var.%
TOTALE PUBBLICITA'	3,727,677	3,581,004 ↓	-3.9
• QUOTIDIANI ¹	401,615	357,695 ↓	-10.9
• PERIODICI ¹	257,355	239,167 ↓	-7.1
• TV ²	2,272,243	2,195,121 ↓	-3.4
• RADIO ³	228,297	236,159 ↑	3.4
• INTERNET Fonte: FCP-Assointernet	256,316	251,494 ↓	-1.9
• OUTDOOR Fonte: AudiOutdoor	55,068	44,462 ↓	-19.3
• TRANSIT	73,703	74,590 ↑	1.2
• GO TV (ex OUT OF HOME TV)	8,922	9,991 ↑	12.0
• CINEMA	7,893	7,263 ↓	-8.0
• DIRECT MAIL	166,265	165,060 ↓	-0.7

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./Lug.2017

Settori di investimento	Quota % del settore sul mercato		Variazione %
Grand Total	100		-3.9
ABBIGLIAMENTO	3.9		-6.2
ABITAZIONE	4.1		-1.4
ALIMENTARI	14.6		-4.7
AUTOMOBILI	12.1		-0.4
BEVANDE/ALCOOLICI	5.6		-3.6
CURA PERSONA	4.6		-5.6
DISTRIBUZIONE	6.0		-10.9
ELETTRODOMESTICI	1.1		51.7
ENTI/ISTITUZIONI	1.5		-0.4
FARMACEUTICI/SANITARI	7.3		3.3
FINANZA/ASSICURAZIONI	3.8		-13.6
GESTIONE CASA	4.0		-5.8
GIOCHI/ARTICOLI SCOLASTICI	1.0		44.4
INDUSTRIA/EDILIZIA/ATTIVITA'	2.0		7.9
INFORMATICA/FOTOGRAFIA	0.5		26
MEDIA/EDITORIA	3.9		-15
MOTO/VEICOLI	0.6		-0.8
OGGETTI PERSONALI	1.6		1.7
SERVIZI PROFESSIONALI	2.0		-9.5
TELECOMUNICAZIONI	6.5		-4.9
TEMPO LIBERO	3.0		1
TOILETRIES	4.7		-18.5
TURISMO/VIAGGI	3.2		-10
VARIE	2.2		5.7