

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 SETTEMBRE 2017

Milano, 8 novembre 2017 – Il mercato degli investimenti pubblicitari in Italia chiude il mese di settembre in crescita del 3,6% (+2,1% senza *search* e *social*). La raccolta nei primi tre trimestri (gennaio – settembre 2017) rimane in calo dello 0,6%, rispetto allo stesso periodo del 2016. Se si esclude dalla raccolta *web* la stima Nielsen sul *search* e sul *social*, l'andamento dei nove mesi registra una contrazione del 3,3%.

“Come avevamo previsto - spiega Alberto Dal Sasso, TAM e AIS Managing Director di Nielsen - dopo la buona crescita di agosto, anche il mese di settembre si consolida in terreno positivo, portando il terzo trimestre in calo dell'1%, condizionato soprattutto da un mese di luglio che ha fatto registrare la peggior performance dell'anno (-8%). L'ultimo trimestre dovrebbe consolidare la ripresa e affermarsi come il migliore del 2017 in termini di crescita”.

Relativamente ai singoli mezzi, la tv recupera terreno a settembre, crescendo del 2,8% e chiudendo il periodo cumulato a -2,7%, in miglioramento rispetto ai mesi estivi.

L'andamento della stampa continua a essere negativo: nel singolo mese, i quotidiani e i *magazine* perdono rispettivamente il 5% e il 2,1%, portando la raccolta nel periodo cumulato gennaio – settembre rispettivamente a -9,9% e -6,3%. Prosegue invece il buon trend della radio che chiude i nove mesi con una crescita del 4,2%, trainata da un ottimo settembre (+11,7%).

Sulla base delle stime realizzate da Nielsen, la raccolta dell'intero universo del *web advertising* nel periodo cumulato chiude in positivo a +7,2% (0,7%, se si escludono il *search* e il *social*).

Continua il buon andamento della GoTV (+14,5%) e del transit (+3,3%) nei nove mesi, mentre l'outdoor resta negativo (-16,7%). Il cinema conferma la sua fase di recupero, attestandosi a -2%. Il direct mail chiude a -5%.

Per quanto riguarda i settori merceologici, se ne segnalano 10 in crescita nei primi nove mesi dell'anno, con un apporto complessivo di circa 55 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 0,8%. Positiva la performance del pharma (+2%). Continua invece l'andamento negativo per le telecomunicazioni (-4,3%), per gli alimentari (-5,4%) e per la distribuzione (-10,6%). Limitatamente al singolo mese di settembre, un rilevante contributo alla

crescita arriva dai settori Finanza/Assicurazioni, Gestione casa e Turismo/Viaggi che tornano in positivo rispettivamente del +25,7%, +15,3% e +37,2% con un apporto complessivo di circa 9 milioni di euro.











*“Ci aspettiamo un autunno in buona salute: i segnali di settembre ci confermano una previsione positiva per la chiusura dell’anno - continua **Dal Sasso**. Il trend del mercato rimane in fase di recupero nel medio periodo, seppur contenuta. La probabile chiusura in positivo di un anno privo di eventi mediatici importanti può essere un buon indicatore di stabilità anche in vista del 2018, in attesa delle novità legate alle elezioni politiche in primavera e alla partecipazione dell’Italia ai Mondiali di calcio: due temi apparentemente distanti tra di loro, ma significativi per il mercato della comunicazione” – conclude **Dal Sasso**.*

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 Settembreri informazioni, www.nielsen.com.

STIMA DEL MERCATO PUBBLICITARIO

Dati netti in migliaia di euro		Gen./Set. 16	Gen./Set. 17	Var.%
TOTALE PUBBLICITÀ		4,464,786	4,318,460	-3.3
	Quotidiani ¹	490,810	442,380	-9.9
	Periodici ¹	326,163	305,617	-6.3
	TV ²	2,675,427	2,602,012	-2.7
	Radio ³	272,609	283,949	4.2
	Internet ⁴	307,367	309,442	0.7
	Outdoor ⁵	65,460	54,497	-16.7
	Transit	91,223	94,196	3.3
	Go TV	10,696	12,244	14.5
	Cinema	9,302	9,119	-2.0
	Direct mail	215,728	205,003	-5.0

L'universo di riferimento è quello dei mezzi rilevati da Nielsen ad eccezione dei Quotidiani dove sono utilizzati i dati FCP-ASSOQUOTIDIANI solo per le tipologie: Locale, Rubricata e Di Servizio e delle Radio dove sono utilizzati i dati FCP-ASSORADIO solo per la tipologia Extra Tabellare (comprensiva c.a.).

¹ Le elaborazioni sono effettuate con il contributo di FCP - ASSOQUOTIDIANI e FCP - ASSOPERIODICI.

² Il dato comprende le emittenti Generaliste, Digitali e Satellitari

³ Le elaborazioni sono effettuate con il contributo di FCP - ASSORADIO

⁴ Le elaborazioni sono effettuate con il contributo di FCP - ASSOINTERNET

⁵ Le elaborazioni sono effettuate con il contributo di AUDIOUTDOOR

INVESTIMENTI PUBBLICITARI PER SETTORE

Gennaio / Settembre 2017

Settori merceologici	Quota % del settore sul mercato	Var.%
TOTALE	100	-3.3
ABBIGLIAMENTO	4.4	-5.5
ABITAZIONE	4.3	1.6
ALIMENTARI	14.2	-5.4
AUTOMOBILI	12	0.8
BEVANDE/ALCOOLICI	5.5	-4.3
CURA PERSONA	4.6	-3.1
DISTRIBUZIONE	6	-10.6
ELETTRODOMESTICI	1.1	31.7
ENTI/ISTITUZIONI	1.5	6.2
FARMACEUTICI/SANITARI	6.8	2.0
FINANZA/ASSICURAZIONI	3.7	-10.7
GESTIONE CASA	4	-3.5
GIOCHI/ARTICOLI SCOLASTICI	1	40.9
INDUSTRIA/EDILIZIA/ATTIVITA'	2.1	14.1
INFORMATICA/FOTOGRAFIA	0.4	2.1
MEDIA/EDITORIA	4.1	-12.0
MOTO/VEICOLI	0.6	-7.0
OGGETTI PERSONALI	1.6	-1.0
SERVIZI PROFESSIONALI	2.1	-9.1
TELECOMUNICAZIONI	6.4	-4.3
TEMPO LIBERO	3.1	3.2
TOILETRIES	4.7	-16.1
TURISMO/VIAGGI	3.2	-6.1
VARIE	2.3	6.8