



CONTATTI

Nielsen:

Piera Cattaneo, piera.cattaneo@nielsen.com, Mobile +39-3451603417

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 NOVEMBRE 2017

Milano, 15 gennaio 2018 – Il mercato degli investimenti pubblicitari in Italia chiude il mese di novembre in crescita del 2,9% (+1,1% senza *search* e *social*). La raccolta nel periodo consolidato gennaio - novembre 2017 è stabile (0%), rispetto allo stesso periodo del 2016. Se si esclude dalla raccolta *web* la stima Nielsen sul *search* e sul *social*, l'andamento degli 11 mesi registra una contrazione del 2,6%.

“Dopo il rallentamento del mese scorso, a novembre il mercato ha raggiunto quota zero” - spiega Alberto Dal Sasso, AIS Managing Director di Nielsen. “A meno di sorprese dell’ultima ora, l’anno chiuderà in positivo con una crescita entro il +1%. Si avvia dunque alla conclusione un 2017 caratterizzato da una primavera in sostanziale parità, da una perdita nei due mesi estivi, che si confrontavano con gli eventi sportivi dell’anno precedente, e da un autunno in recupero”.

Relativamente ai singoli mezzi, la tv torna in positivo a novembre (2,7%), chiudendo il periodo cumulato il calo del 2,2%.

L'andamento della stampa continua a essere negativo: nel singolo mese, i quotidiani e i *magazine* perdono rispettivamente l'1,5% e il 3,8%, portando la raccolta degli 11 mesi rispettivamente a -8,4% e -6,4%. Prosegue invece il buon trend della radio in crescita del 5,8% nel periodo cumulato, grazie a un mese di novembre che conferma il buon momento del mezzo (+9,0%).

Sulla base delle stime realizzate da Nielsen, la raccolta dell'intero universo del *web advertising* nel periodo gennaio - novembre chiude in positivo a +7,5% (+1% se si escludono il *search* e il *social*).

Sempre buono l'andamento della GoTV (+11,8%) e del transit (+4,7%) nel periodo cumulato. Anche il cinema conferma il trend positivo (+4,2%). Outdoor e direct mail restano negativi, rispettivamente in calo del -12,6% e del -5,2%.

Per quanto riguarda i settori merceologici, se ne segnalano 10 in crescita nel periodo cumulato, con un apporto complessivo di circa 54 milioni di euro. Per i primi comparti a livello di quote di mercato, si registrano andamenti differenti. Gli investimenti del settore automobilistico si fermano al +0,7%. Positiva la *performance* del farmaceutico (+1%). Il segno resta negativo per le telecomunicazioni (-3,9%) e per gli alimentari (-2,9%), che, però, segnano entrambi un andamento positivo sul singolo mese di novembre (rispettivamente +10,5% e +9,5%). Ottima la *performance* degli elettrodomestici nel periodo cumulato (+16,1%). Limitatamente al singolo mese di novembre, un rilevante contributo alla crescita arriva dai settori cura persona, giochi/articoli scolastici e toiletries che crescono

rispettivamente del +21,4% (+1 nel periodo cumulato), +36,7% (+37,9%)e +22,7% (-12,1%) con un apporto complessivo di circa 16 milioni di euro.











*“Seppur da più parti ci si aspettasse un recupero più solido – aggiunge **Dal Sasso** - la chiusura dell’anno in terreno positivo è un buon segnale, soprattutto per l’andamento del bimestre settembre – novembre che cresce del +2,4% rispetto allo stesso periodo dell’anno scorso. Aspettiamo di vedere come comincerà il 2018: in un contesto generale di ripresa delle economie internazionali - conclude **Dal Sasso** – permane ad oggi ancora un sentiment di incertezza sull’andamento del mercato pubblicitario, visti i toni della appena iniziata campagna elettorale e la novità di un mondiale di calcio senza il team azzurro”.*

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 informazioni: www.nielsen.com.

STIMA DEL MERCATO PUBBLICITARIO

Dati netti in migliaia di euro		Gen./Nov. 16	Gen./Nov. 17	Var.%
TOTALE PUBBLICITÀ		5,780,107	5,630,303	-2.6
	Quotidiani ¹	621,977	569,767	-8.4
	Periodici ¹	418,430	391,647	-6.4
	TV ²	3,481,528	3,403,661	-2.2
	Radio ³	350,695	371,194	5.8
	Internet ⁴	397,967	401,972	1.0
	Outdoor ⁵	80,158	70,057	-12.6
	Transit	116,036	121,438	4.7
	Go TV	14,108	15,773	11.8
	Cinema	13,172	13,721	4.2
	Direct mail	286,036	271,073	-5.2

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 AUDIOOUTDOOR

INVESTIMENTI PUBBLICITARI PER SETTORE

Gennaio / Novembre 2017

Settori merceologici	Quota % del settore sul mercato	Var.%
Grand Total	100.00	-2.6
ABBIGLIAMENTO	4.7	-4.8
ABITAZIONE	4.2	2.3
ALIMENTARI	15.2	-2.9
AUTOMOBILI	12	0.7
BEVANDE/ALCOOLICI	4.9	-5.8
CURA PERSONA	4.6	1.0
DISTRIBUZIONE	6.2	-8.6
ELETTRODOMESTICI	1.2	16.1
ENTI/ISTITUZIONI	1.4	5.2
FARMACEUTICI/SANITARI	6.5	1.0
FINANZA/ASSICURAZIONI	3.8	-9.7
GESTIONE CASA	3.8	-2.5
GIOCHI/ARTICOLI SCOLASTICI	1.6	37.9
INDUSTRIA/EDILIZIA/ATTIVITA'	2.2	2.1
INFORMATICA/FOTOGRAFIA	0.5	-5.3
MEDIA/EDITORIA	4.2	-10.8
MOTO/VEICOLI	0.6	-6.8
OGGETTI PERSONALI	1.7	-2.8
SERVIZI PROFESSIONALI	2.1	-7.8
TELECOMUNICAZIONI	6.2	-3.9
TEMPO LIBERO	3.1	0.8
TOILETRIES	4.3	-12.1
TURISMO/VIAGGI	2.9	-2.7
VARIE	2.2	2.2