



CONTATTI

Nielsen:

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

SEC SPA:

Marcella Ruggiero, ruggiero@secp.com, +39-335214241

Alessandro D'Angelo, dangelo@secp.com, +39-3294139226

NOTA PER LA STAMPA

IL MERCATO PUBBLICITARIO IN ITALIA A LUGLIO 2018

Milano, 17 settembre 2018 – Il mercato degli investimenti pubblicitari in Italia chiude il mese di luglio in positivo, a +7,4% (+6,1% senza search e social), portando i primi sette mesi del 2018 a +2,3%, rispetto allo stesso periodo del 2017. Se si esclude dalla raccolta web la stima Nielsen sul search e sul social, l'andamento nel periodo gennaio – luglio è stabile a +0,2%.

*“Con il mese di luglio si chiude in positivo la seconda fase del mercato pubblicitario nel 2018. Dopo un primo periodo di stallo per le elezioni, chiusosi con la formazione di un nuovo Governo anche se in ritardo rispetto alle aspettative, questa seconda fase, coincidente con i Mondiali di calcio, è stata caratterizzata da risultati soddisfacenti sia in termini di audience che di raccolta pubblicitaria” - spiega **Alberto Dal Sasso, AIS Managing Director di Nielsen**. “Ora ci spostiamo verso l'autunno in un clima non propriamente sereno per l'Italia e per l'Europa, tra minacce di downgrading per il nostro Paese e polemiche con i partner UE. In questa situazione, la crescita dei primi sette mesi è comunque un segnale positivo”.*

Relativamente ai singoli mezzi, la TV cresce a luglio del +13,2% e chiude i primi sette mesi del 2018 a +1,4%.

Lieve segno negativo per i quotidiani, che a luglio calano del -0,5%, consolidando il periodo cumulato a -6,0%. Stesso andamento negativo per i periodici, sia nel singolo mese che nei primi sette mesi, con cali rispettivamente del -16,5% e del -8,8%.

Il mese di luglio è negativo per la radio (-1,9%) ma senza impattare sul buon andamento del periodo cumulato: i sette mesi chiudono a +5,5%.

Sulla base delle stime realizzate da Nielsen, la raccolta dell'intero universo del web advertising nei primi sette mesi dell'anno chiude in positivo a +8,3% (+4,8% se si escludono il search e il social).

Il cinema è in crescita del 24%, così come il transit (+9,5%) e la goTv (+13,2%). In calo l'outdoor, a -10,7%.

Per quanto riguarda i settori merceologici, se ne segnalano 12 in crescita, con un apporto di circa 113 milioni di euro. Per i primi comparti del mercato si registrano andamenti differenti nel periodo gennaio – luglio. Alla buona performance di bevande e alcolici (+7,3%) e

automobili (+4,6%), si contrappone il calo di alimentari (-0,5%), farmaceutici (-1,2%) e telecomunicazioni (-8,5%).

Tra gli altri settori che contribuiscono alla crescita, continua l'andamento positivo del tempo libero (+32,4%), abitazione (+6,9%) e di enti e istituzioni (+18,8%). Relativamente all'andamento nel singolo mese di luglio, ottime performance per finanza e assicurazioni (+38,3%), media/editoria (+35,4%), moto e veicoli (+106%).











“Per i restanti mesi dell'anno difficilmente potremo aspettarci la stessa crescita della prima parte del 2018 ma questo prevedibile andamento del mercato non deve creare allarmismi” – conclude Dal Sasso. “Si tratta di una situazione tipica dei cosiddetti anni pari, in cui cioè sono previsti i grandi eventi sportivi. Vedremo come e quanto incideranno le scelte di politica economica in Europa, con la annunciata e graduale fine del “quantitative easing”, e in Italia con la Legge di bilancio 2019, che inciderà sull'attività e sulle prospettive delle imprese e di conseguenza sugli investimenti in comunicazione, fortemente influenzati dalle prospettive economiche a breve termine”.

Informazioni su Nielsen

Nielsen è un'azienda globale di misurazione e analisi dati che fornisce la più completa e affidabile visione al mondo sui consumatori e sui mercati. Coniughiamo dati proprietari con altre fonti per aiutare i nostri clienti a comprendere ciò che accade oggi, ciò che accadrà domani, e come reagire. Da oltre 90 anni Nielsen fornisce dati e analisi lavorando con metodo scientifico e innovazione, e si impegna a dare sempre nuove risposte alle domande più rilevanti relative ai media, alla pubblicità, alla distribuzione e ai beni di largo consumo. Nielsen, una delle società dell'indice S&P 500, è presente in oltre 100 Paesi che coprono più del 90% della popolazione mondiale.

Per maggiori informazioni: www.nielsen.com.

STIMA DEL MERCATO PUBBLICITARIO

Dati netti in migliaia di euro		Gen./Lug.2017	Gen./Lug.2018	Var. %
TOTALE PUBBLICITÀ		3,577,624	3,584,983	0.2
	Quotidiani ¹	358,333	336,676	-6.0
	Periodici ¹	239,138	218,007	-8.8
	TV ²	2,195,121	2,225,653	1.4
	Radio ³	236,092	249,190	5.5
	Internet ⁴	251,837	263,894	4.8
	Outdoor ⁵	44,473	39,694	-10.7
	Transit	74,623	81,732	9.5
	Go TV	9,991	11,305	13.2
	Cinema	7,287	9,034	24.0
	Direct mail	160,727	149,798	-6.8

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.
Per i dati dei Quotidiani 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

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

Gen/Lug.2018

Settori merceologici	Quota % del settore sul mercato	Var.%
TOTALE	100%	0.2%
ABBIGLIAMENTO	3.8%	-4.1%
ABITAZIONE	4.4%	6.9%
ALIMENTARI	14.4%	-0.5%
AUTOMOBILI	12.6%	4.6%
BEVANDE/ALCOOLICI	6.0%	7.3%
CURA PERSONA	4.8%	4.3%
DISTRIBUZIONE	6.0%	0.0%
ELETTRODOMESTICI	1.3%	14.9%
ENTI/ISTITUZIONI	1.7%	18.8%
FARMACEUTICI/SANITARI	7.2%	-1.2%
FINANZA/ASSICURAZIONI	3.8%	-0.9%
GESTIONE CASA	3.7%	-5.5%
GIOCHI/ARTICOLI SCOLASTICI	0.7%	-25.9%
INDUSTRIA/EDILIZIA/ATTIVITA'	2.3%	13.1%
INFORMATICA/FOTOGRAFIA	0.4%	-10.2%
MEDIA/EDITORIA	4.1%	3.9%
MOTO/VEICOLI	0.6%	6.9%
OGGETTI PERSONALI	1.4%	-15.7%
SERVIZI PROFESSIONALI	2.2%	11.2%
TELECOMUNICAZIONI	5.9%	-8.5%
TEMPO LIBERO	3.9%	32.4%
TOILETRIES	3.8%	-17.5%
TURISMO/VIAGGI	3.3%	1.3%
VARIE	1.7%	-23.6%