



CONTATTI

Nielsen:

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

SEC SPA:

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

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

NOTA PER LA STAMPA

IL MERCATO PUBBLICITARIO IN ITALIA A GENNAIO 2019

Milano, 14 marzo 2019 - Il mercato degli investimenti pubblicitari nel mese di gennaio chiude in calo dello 0,5%, rispetto allo stesso periodo del 2018, con un decremento di circa 2,9 milioni di euro, considerando l'intero perimetro del web advertising. Se si esclude dalla raccolta web la stima Nielsen sul search, social, classified (annunci sponsorizzati) e dei cosiddetti "Over The Top" (OTT), il mercato chiude il mese di gennaio a -4,1%.

*"Dopo tre anni in cui l'anno esordiva con un mese di gennaio in positivo" - spiega **Alberto Dal Sasso, AIS Managing Director di Nielsen** - "il 2019 inizia in sostanziale pareggio, trainato dal digitale e da una raccolta pubblicitaria in radio che continua sulla strada della crescita già intrapresa lo scorso anno, seppur in misura più moderata".*

Relativamente ai singoli mezzi, la TV cala del 3,9%. Sempre in negativo la stampa: i quotidiani iniziano l'anno in calo del 16% e i periodici del 13,5%. Gli investimenti in radio crescono del 2%.

Sulla base delle stime realizzate da Nielsen, la raccolta dell'intero universo del web advertising registra un incremento del 9,8% rispetto a gennaio 2018 (+4% se si considera il solo perimetro Fcp AssolInternet).

In trend negativo per l'outdoor (-11,4%), la go TV (-4,9%) e il direct mail (-2,3%). Andamento positivo per il cinema (+5,2%) e il transit (+12,6%).











Per quanto riguarda i settori merceologici, se ne segnalano 11 in crescita, con un apporto di circa 20,6 milioni di euro. Per i primi comparti del mercato si registrano andamenti differenti. Alla buona performance di alimentari (+4,9%), tempo libero (+22,2%) e farmaceutici (+5,6%), si contrappone il calo di automobili (-11,5%), abitazione (-18,3%) e telecomunicazioni (-20,3%). Tra gli altri settori che contribuiscono alla crescita si segnala il buon risultato in termini di investimenti pubblicitari di informatica/fotografia (+193,9%), media/editoria (+7,9%) e turismo e viaggi (+20,7%).

*“Per dare una dimensione realistica all’andamento dell’anno sarà importante capire come si chiuderà il primo trimestre che ci porterà verso le elezioni europee” - conclude **Dal Sasso**. “I mesi che ci separano da questo appuntamento continuano a essere condizionati da un clima diffuso di incertezza, a cui, però, il mercato sembra aver preso le contromisure, mostrando una certa resilienza nei numeri”.*

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 | | Gennaio 2018 | Gennaio 2019 | Var.% |
|--|-------------------------|----------------|----------------|-------------|
| TOTALE PUBBLICITÀ | | 429,863 | 412,097 | -4.1 |
|  | Quotidiani ¹ | 39,435 | 33,135 | -16.0 |
|  | Periodici ¹ | 14,201 | 12,279 | -13.5 |
|  | TV ² | 288,258 | 276,992 | -3.9 |
|  | Radio ³ | 24,918 | 25,411 | 2.0 |
|  | Digital ⁴ | 26,161 | 27,206 | 4.0 |
|  | Outdoor ⁵ | 3,686 | 3,264 | -11.4 |
|  | Transit | 8,506 | 9,575 | 12.6 |
|  | Go TV | 1,236 | 1,176 | -4.9 |
|  | Cinema | 1,862 | 1,959 | 5.2 |
|  | Direct mail | 21,600 | 21,100 | -2.3 |

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

Gennaio 2019

| Settori merceologici | Quota % del settore sul mercato | Var.% |
|------------------------------|---------------------------------|--------------|
| Grand Total | 100% | -4.1% |
| ABBIGLIAMENTO | 1.5% | -8.5% |
| ABITAZIONE | 5.0% | -18.3% |
| ALIMENTARI | 14.3% | 4.9% |
| AUTOMOBILI | 14.5% | -11.5% |
| BEVANDE/ALCOOLICI | 2.8% | -18.2% |
| CURA PERSONA | 3.2% | -3.5% |
| DISTRIBUZIONE | 5.3% | -0.7% |
| ELETTRODOMESTICI | 0.8% | 50.8% |
| ENTI/ISTITUZIONI | 1.1% | -33.4% |
| FARMACEUTICI/SANITARI | 13.0% | 5.6% |
| FINANZA/ASSICURAZIONI | 3.5% | 15.1% |
| GESTIONE CASA | 3.1% | -33.2% |
| GIOCHI/ARTICOLI SCOLASTICI | 0.5% | -11.9% |
| INDUSTRIA/EDILIZIA/ATTIVITA' | 1.1% | -48.5% |
| INFORMATICA/FOTOGRAFIA | 1.0% | 193.9% |
| MEDIA/EDITORIA | 7.7% | 7.9% |
| MOTO/VEICOLI | 0.5% | 32.3% |
| OGGETTI PERSONALI | 0.4% | -32.8% |
| SERVIZI PROFESSIONALI | 2.8% | 9.7% |
| TELECOMUNICAZIONI | 4.8% | -20.3% |
| TEMPO LIBERO | 5.0% | 22.2% |
| TOILETRIES | 2.9% | -27.6% |
| TURISMO/VIAGGI | 3.2% | 20.7% |
| VARIE | 2.1% | 41.0% |