



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 GIUGNO 2019

Milano, 1° agosto 2019 – Il mercato degli investimenti pubblicitari in Italia chiude il mese di giugno in negativo, a -6,8% rispetto allo stesso periodo del 2018, portando la raccolta nel primo semestre in negativo (-1,3%). Se si esclude dalla raccolta web la stima Nielsen sul search, social, classified (annunci sponsorizzati) e dei cosiddetti “Over The Top” (OTT), l’andamento nel periodo gennaio – giugno si attesta a -5,7%.

*“Al di là delle dinamiche congiunturali note e proprie del mercato pubblicitario in un periodo che si confronta con un mese di giugno 2018 fortemente condizionato dall’impatto positivo dei Mondiali di Calcio, è necessario tenere in considerazione il quadro economico in cui le aziende stanno operando in Italia” – spiega **Alberto Dal Sasso, AIS Managing Director di Nielsen**. “E’ recente la stima flash dell’Istat che conferma la stagnazione in cui si muove il Paese da ormai 5 trimestri e la “crescita zero” tendenziale dell’ultimo trimestre dell’anno: tutto questo in un più ampio contesto dove anche l’Eurozona rallenta la crescita e l’inflazione diminuisce. Si tratta quindi di dati non confortanti per le aziende che devono effettuare le proprie scelte di investimento in uno scenario incerto, anche dal punto di vista politico” - conclude **Dal Sasso**.*

Relativamente ai singoli mezzi, la TV è il mezzo che risente maggiormente dell’assenza del Mondiali di calcio, con un calo nel singolo mese del -20%. Il primo semestre si chiude così a -6,3%.

In negativo i quotidiani, che a giugno perdono il -7,6%, consolidando il periodo cumulato gennaio-giugno a -10,1%. Stesso andamento per i periodici, sia nel singolo mese che per il semestre, con cali rispettivamente del -11,1% e -14,7%.

Il mese di giugno è in calo per la radio, che registra un decremento del -2,2% rispetto a giugno 2018. Rimane tuttavia in positivo (+1,4%) la raccolta per i primi sei mesi di quest’anno.

Sulla base delle stime realizzate da Nielsen, la raccolta dell’intero universo del web advertising nel primo semestre mesi del 2019 chiude in positivo, a +8,5% (+1,2% se si considera il solo perimetro Fcp AssolInternet).











Cinema e GoTv sono in crescita rispettivamente del +24,8% e del +5,8%. In negativo l’outdoor (-6,2%) e il transit (-3,0%).

Per quanto riguarda i settori merceologici, se ne segnalano sei in crescita, con un apporto di circa 32 milioni di euro. Per i primi 10 settori solo 2 hanno un andamento positivo, media/editoria (+1,3%) e tempo libero (+10,9%). Per gli altri settori si evidenzia il calo di telecomunicazioni (-22,2%), Automobili (-8,5%), Bevande/alcolici (-9,2%) e cura persona (-11,8%), che investono complessivamente circa 100 milioni di euro in meno rispetto allo stesso periodo 2018.

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		Gen./Giu.2018	Gen./Giu.2019	Var.%
TOTALE PUBBLICITÀ		3,229,031	3,043,468	-5.7
	Quotidiani ¹	296,874	266,922	-10.1
	Periodici ¹	199,917	170,514	-14.7
	TV ²	2,026,251	1,899,444	-6.3
	Radio ³	217,578	220,571	1.4
	Digital ⁴	226,562	229,347	1.2
	Outdoor ⁵	36,175	33,949	-6.2
	Transit	71,098	68,998	-3.0
	Go TV	9,960	10,539	5.8
	Cinema	8,483	10,587	24.8
	Direct mail	136,132	132,598	-2.6

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/Giu.2019

Settori merceologici	Quota % del settore sul mercato	Var.%
TOTALE	100%	-5.7%
ABBIGLIAMENTO	3.9%	-12.1%
ABITAZIONE	4.5%	-14.2%
ALIMENTARI	14.6%	-2.9%
AUTOMOBILI	13.0%	-8.5%
BEVANDE/ALCOOLICI	5.6%	-9.2%
CURA PERSONA	4.9%	-11.8%
DISTRIBUZIONE	6.0%	-3.3%
ELETTRODOMESTICI	1.4%	-14.5%
ENTI/ISTITUZIONI	1.6%	-0.9%
FARMACEUTICI/SANITARI	7.1%	0.0%
FINANZA/ASSICURAZIONI	3.7%	3.2%
GESTIONE CASA	3.7%	-16.0%
GIOCHI/ARTICOLI SCOLASTICI	0.7%	-6.5%
INDUSTRIA/EDILIZIA/ATTIVITA'	2.4%	-17.4%
INFORMATICA/FOTOGRAFIA	0.3%	39.4%
MEDIA/EDITORIA	4.0%	1.3%
MOTO/VEICOLI	0.6%	-8.3%
OGGETTI PERSONALI	1.4%	-4.5%
SERVIZI PROFESSIONALI	2.2%	4.3%
TELECOMUNICAZIONI	5.9%	-22.2%
TEMPO LIBERO	3.9%	10.9%
TOILETRIES	3.6%	-21.1%
TURISMO/VIAGGI	3.2%	-0.8%
VARIE	1.6%	17.6%