



CONTATTI

Nielsen:

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

SEC SPA:

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

Fabio Santilio, santilio@segrp.com, +39-3398446521

NOTA PER LA STAMPA

IL MERCATO PUBBLICITARIO IN ITALIA A SETTEMBRE 2019

Milano, 11 novembre 2019 – Il mercato degli investimenti pubblicitari in Italia chiude il mese di settembre in positivo, +1.8% rispetto a settembre 2018, mantenendo la raccolta nei primi 9 mesi in negativo del -0.9%. 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 – settembre si attesta a -5,3%.

“Continua il percorso verso ‘quota zero’ - spiega Alberto Dal Sasso, AIS Managing Director di Nielsen. La TV è in trend di recupero (-0,6%) anche sul mese di settembre, rispetto alle performance negative e fisiologiche dell’estate che si confrontavano con i mondiali, e migliora leggermente in trend rispetto al mese precedente. La radio continua la sua crescita importante nel mese di settembre, confermando oltre ogni aspettativa la buona performance con una crescita nel mese in doppia cifra, bissando il +11% di maggio, mentre la stampa rimane in sofferenza. Ancora in crescita il digitale.

Il percorso di recupero definito è giustificato dai numeri: in altre parole, per arrivare allo ‘zero’ gli ultimi tre mesi dovrebbero crescere del 2,1%, performance che potrebbe essere raggiungibile se consideriamo che l’ultimo trimestre degli ultimi due anni dispari (che coincidono con la presenza di eventi estivi) è cresciuto rispettivamente del +3,7% (ultimo trimestre 2015 vs 2014) e del +4,1% (ultimo trimestre 2017 vs 2016). Per fornire un’indicazione concreta sul fine anno - conclude Dal Sasso - e confermare eventualmente la ‘quota zero’ sarà importante verificare se il trend positivo sarà confermato nel mese di ottobre. In ogni caso non ci si dovrebbe discostare di molto dal pareggio, a meno di avvenimenti imprevedibili su novembre e dicembre”.

Relativamente ai singoli mezzi, la TV è in calo a settembre del -0,6% e consolida i primi 9 mesi a -5,7%.

Sempre in negativo i quotidiani, che a settembre perdono il 7,8%, consolidando il periodo cumulato gennaio-settembre a -10,3%. Stesso andamento per i periodici, sia nel singolo mese che per i primi 9 mesi, con cali rispettivamente del -13,0% e -15,2%.

Continua l’andamento positivo della radio, che a settembre registra un incremento del 13,4% rispetto al 2018 e porta a +3,7% la raccolta per i primi 9 mesi di quest’anno.

Sulla base delle stime realizzate da Nielsen, la raccolta dell'intero universo del web advertising nei primi 9 mesi del 2019 chiude in positivo, a +8,4% (+2,1% se si considera il solo perimetro Fcp AssolInternet).

Cinema e GoTv sono in crescita da gennaio a settembre rispettivamente del 18,5% e del 6,3%, mentre è sempre in negativo l'outdoor (-7,9%).

Per quanto riguarda i settori merceologici, se ne segnalano 6 in crescita, con un apporto di circa 20 milioni di euro. Per i primi 10 settori solo farmaceutici/sanitari (+2,5%) e distribuzione (+2,1%) hanno un andamento positivo. Per gli altri continua l'andamento negativo di telecomunicazioni (-18,6%), automobili (-9,8%) e abitazione (-11,6%), che investono complessivamente circa 107 milioni di euro in meno rispetto allo stesso periodo 2018.











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. Coniugiamo 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 ulteriori informazioni, www.nielsen.com.

STIMA DEL MERCATO PUBBLICITARIO

Dati netti in migliaia di euro		Gen./Set.2018	Gen./Set.2019	Var.%
TOTALE PUBBLICITÀ		4,316,187	4,085,883	-5.3
	Quotidiani ¹	416,672	373,898	-10.3
	Periodici ¹	278,251	236,046	-15.2
	TV ²	2,631,644	2,482,475	-5.7
	Radio ³	302,059	313,284	3.7
	Digital ⁴	318,360	325,141	2.1
	Outdoor ⁵	48,575	44,726	-7.9
	Transit	106,461	95,403	***
	Go TV	13,736	14,607	6.3
	Cinema	10,939	12,960	18.5
	Direct mail	189,490	187,344	-1.1

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

*** **Universo di riferimento non omogeneo**



INVESTIMENTI PUBBLICITARI PER SETTORE

Gen/Set.2019

Settori merceologici	Quota % del settore sul mercato	Var.%
TOTALE	100%	-5.3%
ABBIGLIAMENTO	3.9%	-10.1%
ABITAZIONE	4.2%	-11.6%
ALIMENTARI	14.6%	-2.7%
AUTOMOBILI	11.9%	-9.8%
BEVANDE/ALCOOLICI	5.8%	-6.9%
CURA PERSONA	4.5%	-7.6%
DISTRIBUZIONE	6.7%	2.1%
ELETTRODOMESTICI	1.2%	-7.9%
ENTI/ISTITUZIONI	1.7%	2.8%
FARMACEUTICI/SANITARI	7.4%	2.5%
FINANZA/ASSICURAZIONI	3.8%	-1.3%
GESTIONE CASA	3.4%	-12.9%
GIOCHI/ARTICOLI SCOLASTICI	0.8%	-2.3%
INDUSTRIA/EDILIZIA/ATTIVITA'	2.0%	-12.1%
INFORMATICA/FOTOGRAFIA	0.5%	25.4%
MEDIA/EDITORIA	4.7%	-4.9%
MOTO/VEICOLI	0.6%	-6.8%
OGGETTI PERSONALI	1.4%	0.5%
SERVIZI PROFESSIONALI	2.6%	2.7%
TELECOMUNICAZIONI	5.1%	-18.6%
TEMPO LIBERO	4.3%	-0.3%
TOILETRIES	3.5%	-15.5%
TURISMO/VIAGGI	3.3%	-5.9%
VARIE	2.0%	-2.6%