



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 MAGGIO 2018

Milano, 9 luglio 2018 – Il mercato degli investimenti pubblicitari in Italia chiude il mese di maggio in negativo, a -1,8% (-4,9% senza search e social), portando i primi 5 mesi del 2018 a +0,9% rispetto allo stesso periodo del 2017. Se si esclude dalla raccolta web la stima Nielsen sul search e sul social, l'andamento dei primi 5 mesi registra un calo del -1,4%.

*“Il mood di incertezza e preoccupazione sullo stato della nostra economia a maggio ha evidentemente spinto le aziende a un atteggiamento attendista – spiega **Alberto Dal Sasso, AIS Managing Director di Nielsen**. “La performance del mese, inoltre, è condizionata negativamente anche da una strategia di comunicazione tipica di alcuni investitori che, negli anni dei grandi eventi mediatici, scelgono di focalizzarsi sui mesi clou, in particolare giugno e luglio per il caso specifico dei Mondiali di Calcio. La raccolta pubblicitaria a maggio frena quindi anche per questi motivi, confermando così quell'andamento altalenante intorno alla quota zero verificatosi negli ultimi quattro mesi. I benefici sul mercato pubblicitario di un Campionato del Mondo che si sta rivelando comunque un evento di grande richiamo, nonostante l'assenza dell'Italia, saranno evidenti già dal prossimo mese”.*

Relativamente ai singoli mezzi, la TV cala nel singolo mese del -4,8% e chiude i primi 5 mesi del 2018 a -1%.

Sempre in negativo i quotidiani, che a maggio perdono il -8,3%, consolidando il periodo cumulato gennaio-maggio a -7,9%. Stesso andamento per i periodici, sia nel singolo mese che per i primi cinque mesi del 2018, con cali rispettivamente del -6,3% e -8,6%.

Mese di maggio negativo anche per la radio (-2,5%) seppur l'andamento del periodo cumulato rimanga positivo, a +6,8%.

Sulla base delle stime realizzate da Nielsen, la raccolta dell'intero universo del web advertising nel primo quadrimestre dell'anno chiude in positivo a +7,6% (+2,1% se si escludono il search e il social).

Il cinema è in crescita del +31,2%, così come il transit (+8,9%) e la GoTV (+22,7%). In calo l'outdoor a -7,7%.

Per quanto riguarda i settori merceologici, se ne segnalano 11 in crescita, con un apporto di circa 69 milioni di euro. Per i primi comparti del mercato i primi cinque mesi registrano

andamenti differenti. Alla buona performance di abitazione (+5,7%) e cura persona (+3,5%), si contrappone il calo di alimentari (-1,7%), farmaceutici (-7,2%) e telecomunicazioni (-10,1%). Bevande (+1,6%), automobili (+1,5%) e turismo (+3,2%), pur registrando un andamento positivo nei primi 5 mesi, risultano in forte calo a maggio.

Tra gli altri settori che contribuiscono alla crescita si segnala il buon risultato in termini di investimenti pubblicitari del tempo libero (+29,1%), elettrodomestici (+32,1%) e enti e istituzioni (+25,3%).

“Ci aspettiamo dunque una chiusura dei mesi di giugno e luglio in positivo, con il Governo ormai insediato e i Mondiali che, volgendo al termine, stanno regalando, come di consueto, oltre che emozioni e pàthos al pubblico, anche un contributo di investimenti consistenti” – conclude Dal Sasso. “Prevediamo una chiusura positiva del 2018, intorno al +1,7%, che confermi la crescita del mercato pubblicitario per il quarto anno consecutivo”.

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./Mag.2017	Gen./Mag.2018	Var. %
TOTALE PUBBLICITÀ		2,737,131	2,698,310	-1.4
 Quotidiani ¹		264,422	243,638	-7.9
 Periodici ¹		184,676	168,816	-8.6
 TV ²		1,723,710	1,705,699	-1.0
 Radio ³		162,930	173,988	6.8
 Internet ⁴		182,907	186,754	2.1
 Outdoor ⁵		32,387	29,905	-7.7
 Transit		52,824	57,538	8.9
 Go TV		6,039	7,413	22.7
 Cinema		5,819	7,637	31.2
 Direct mail		121,416	116,922	-3.7

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/Apr.2018

Settori merceologici	Quota % del settore sul mercato	Var.%
Grand Total	100.0%	-1.4%
ABBIGLIAMENTO	4.2%	-6.8%
ABITAZIONE	4.8%	5.7%
ALIMENTARI	15.0%	-1.7%
AUTOMOBILI	13.5%	1.5%
BEVANDE/ALCOOLICI	5.0%	1.6%
CURA PERSONA	4.9%	3.5%
DISTRIBUZIONE	5.9%	1.8%
ELETTRODOMESTICI	1.2%	32.1%
ENTI/ISTITUZIONI	1.8%	25.3%
FARMACEUTICI/SANITARI	7.0%	-7.2%
FINANZA/ASSICURAZIONI	3.4%	-7.8%
GESTIONE CASA	3.9%	-3.0%
GIOCHI/ARTICOLI SCOLASTICI	0.6%	-33.3%
INDUSTRIA/EDILIZIA/ATTIVITA'	2.4%	10.7%
INFORMATICA/FOTOGRAFIA	0.3%	-12.1%
MEDIA/EDITORIA	4.2%	-3.0%
MOTO/VEICOLI	0.6%	-4.0%
OGGETTI PERSONALI	1.4%	-18.9%
SERVIZI PROFESSIONALI	2.2%	11.5%
TELECOMUNICAZIONI	5.8%	-10.1%
TEMPO LIBERO	3.9%	29.1%
TOILETRIES	3.4%	-19.5%
TURISMO/VIAGGI	2.9%	3.2%
VARIE	1.5%	-24.9%