

CONTATTI

Nielsen:

Samantha Rovatti, samanta.rovatti@nielsen.com, Mobile +39-3358478689

SEC Relazioni Pubbliche e Istituzionali:

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

NOTA PER LA STAMPA

IL MERCATO PUBBLICITARIO IN ITALIA A OTTOBRE 2013

Il mercato degli investimenti pubblicitari a ottobre 2013 chiude a -7,7% rispetto allo stesso periodo del 2012, facendo registrare una riduzione del -13,7% tendenziale per i primi dieci mesi, pari a circa 828,7 milioni di euro in meno rispetto allo scorso anno. I primi nove mesi del 2013 si erano chiusi a -14,6%.

*“Continua con una certa regolarità la riduzione del decremento - spiega **Alberto Dal Sasso, Advertising Information Services Business Director di Nielsen.** “Seppur rispetto ai periodi cumulati gennaio – agosto (-15,7%) e gennaio – settembre (-14,6) si sia registrato un ulteriore calo della perdita, non si può ancora parlare di ripresa perché l’attuale situazione è frutto di un confermato rimbalzo tecnico dovuto al -21% con cui si era chiuso l’ultimo trimestre 2012”.*

Tra i mezzi, la TV chiude ottobre a -2,3%, portando il dato tendenziale a -11,8%, con andamenti altalenanti al suo interno (i primi tre trimestri si erano chiusi a -13,1%). Relativamente a questo mezzo, si registrano sette settori in crescita sul singolo mese, tra cui Automotive a +7,9% e Abitazione, Industria/Attività, Finanza/Assicurazioni con crescite superiori al +30%. Altri comparti tornano in terreno negativo: Telecomunicazioni, Turismo/Viaggi e Abbigliamento, tra i più significativi.

Il mezzo Stampa conferma la perdurante difficoltà nel raccogliere investimenti pubblicitari, chiudendo ottobre a -13,9% per quel che riguarda i quotidiani e a -25,7% per i periodici. Entrambi non si allontanano da “quota -20” nei primi dieci mesi, rispettivamente a -20,7% e -24,4%. Relativamente al singolo mese, il settore Farmaceutico ha la maggiore crescita in valore assoluto (+79%), compensata da un quasi speculare calo delle Telecomunicazioni (-72%). All’interno dei periodici non si segnalano crescite significative.

Dopo un settembre in terreno neutro, il “mondo” Internet (relativamente al perimetro monitorato) torna in negativo, sia sul mese (-1%) che sul periodo cumulato (-2,4%). Andamenti differenti al suo interno per i settori: a fronte di una crescita del +25% degli Alimentari, del +30% per la Cura Persona e del Toiletries (che raddoppia), si registra un calo costante della Finanza/Assicurazioni, pari a -14% dall’inizio dell’anno, dell’Automotive (-12,8%) e delle Telecomunicazioni (-28,3%), pur rimanendo i primi tre settori sul web.

La Radio chiude i primi dieci mesi dell’anno a -11,8% e il mese a -9%. Il settore maggiormente in crescita è la Distribuzione (+31% da inizio anno) controbilanciato dal grande calo dall’Automotive (-16%) che rimane comunque il primo settore sul mezzo.

Andamenti negativi nel periodo cumulato per il Direct Mail (-15,1%) e l’Outdoor (-3,5%). Persiste la crisi nel Cinema con una riduzione del -23,4%.

In generale, per quanto riguarda i settori merceologici, sui primi dieci mesi del 2013 si registra complessivamente una situazione negativa, a eccezione dell’Informatica che, seppur in frenata, si

ferma a un significativo +23,3%. I dati sul singolo mese evidenziano invece un incremento: Enti / Istituzioni (+26,9%), Industria (+21,2%), Tempo Libero (+15,3%), Abitazione (+6,7%), Finanza (+3,9%), Alimentari (+1,3%).

*“Nonostante non si possa ancora parlare di ripresa, alla luce del dato negativo del mese di ottobre, si conferma per il momento un trend di riduzione del gap per il settimo mese consecutivo, iniziato con il -18,9% del primo trimestre” - ha concluso **Dal Sasso**. “Il mercato degli investimenti pubblicitari si avvicina quindi a quanto già previsto da più operatori per la chiusura dell’anno grazie al lento recupero nell’ultimo periodo, senza dimenticare i segnali positivi sui singoli mesi che giungono dai settori merceologici”.*

Informazioni su Nielsen

Nielsen Holdings N.V. (NYSE: NLSN) è un'azienda globale di informazioni e misurazioni con posizione di leadership nelle informazioni di marketing relative ai consumatori e nella misurazione di televisione, online, mobile e altri media. Nielsen è presente in oltre 100 Paesi con sede a New York, USA e Diemen, Olanda.

Per maggiori informazioni www.nielsen.com/it

Stima del mercato pubblicitario (Dati netti)		nielsen	
(Migliaia di Euro)	2012 Gen./Ott.	2013 Gen./Ott.	Var. %
TOTALE PUBBLICITA'	6.031.994	5.203.202	-13,7
QUOTIDIANI ¹	919.857	729.308	-20,7
PERIODICI ¹	576.048	435.314	-24,4
TV ²	3.249.103	2.866.496	-11,8
RADIO ³	329.355	290.601	-11,8
INTERNET (Fonte: FCP-Assointernet)	414.158	404.148	-2,4
OUTDOOR (Fonte: AudiOutdoor)	77.825	75.127	-3,5
TRANSIT	82.563	77.769	-5,8
OUT OF HOME TV	13.431	12.591	-6,3
CINEMA	23.877	18.301	-23,4
DIRECT MAIL	345.777	293.545	-15,1

L'universo di riferimento è quello dei mezzi rilevati da Nielsen ad eccezione dei Quotidiani dove vengono utilizzati i dati FCP-ASSOQUOTIDIANI solo per le tipologie: Locale, Rubricata e Di Servizio e delle Radio dove vengono utilizzati i dati FCP-ASSORADIO solo per la tipologia Extra Tabellare.

Le elaborazioni sono effettuate con il contributo di FCP - ASSOQUOTIDIANI e FCP - ASSOPERIODICI.

¹ Per i dati di Stampa 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

Gen./Ott. 2013			nielsen
Settori di investimento	Quota % del settore sul mercato	Variazione % dell'investimento pubblicitario	
TOTALE	100	-13,7	
ABBIGLIAMENTO	5,6	-23,8	
ABITAZIONE	3,7	-13,0	
ALIMENTARI	13,5	-16,2	
AUTOMOBILI	11,3	-22,1	
BEVANDE/ALCOOLICI	4,7	-13,4	
CURA PERSONA	5,1	-7,0	
DISTRIBUZIONE	5,8	-8,4	
ELETTRODOMESTICI	0,8	-18,0	
ENTI/ISTITUZIONI	2,3	-0,7	
FARMACEUTICI/SANITARI	4,8	-11,0	
FINANZA/ASSICURAZIONI	4,7	-15,6	
GESTIONE CASA	3,5	-12,9	
GIOCHI/ARTICOLI SCOLASTICI	0,7	-34,1	
INDUSTRIA/EDILIZIA/ATTIVITA'	2,2	-17,1	
INFORMATICA/FOTOGRAFIA	0,9	23,3	
MEDIA/EDITORIA	5,8	-19,1	
MOTO/VEICOLI	0,7	-15,8	
OGGETTI PERSONALI	1,9	-6,6	
SERVIZI PROFESSIONALI	2,3	-20,5	
TELECOMUNICAZIONI	9,2	-6,5	
TEMPO LIBERO	2,7	-25,2	
TOILETRIES	5,2	-3,5	
TURISMO/VIAGGI	2,6	-21,0	