



CONTATTI

Nielsen:

Ombretta Capodaglio, ombretta.capodaglio@nielsen.com, Mobile +39-335400850

SEC Relazioni Pubbliche e Istituzionali:

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

NOTA PER LA STAMPA

IL MERCATO PUBBLICITARIO IN ITALIA A SETTEMBRE 2015

Milano, 5 novembre 2015 – Il mercato degli investimenti pubblicitari nei primi nove mesi del 2015 cresce dell'1%, considerando anche la porzione web (principalmente search e social) stimata da Nielsen. Sulla base del perimetro attualmente rilevato nel dettaglio si registrano invece un calo dell'1,6% rispetto allo stesso periodo del 2014 (70,7 milioni in meno) e un incremento del 3,8% per il singolo mese di settembre.

*“Gli ultimi due mesi hanno favorito una significativa ripresa del mercato, grazie a un apporto complessivo di circa 32 milioni di euro” - ha dichiarato **Alberto Dal Sasso, Advertising Information Service Business Director di Nielsen.** “Alla luce di questo consolidamento del trend, stimiamo che tutti i mezzi, a eccezione di stampa e direct mail, possano chiudere in crescita i mesi che ci separano dalla fine dell'anno, impattando positivamente sull'andamento generale del mercato 2015”.*

Relativamente ai singoli mezzi, la TV cresce del 6,6% nel singolo mese, portando il periodo cumulato gennaio – settembre a -1,6% e confermando la tendenza di avvicinamento a quota zero anche per il resto dell'anno.

Tornano in terreno negativo i quotidiani, che registrano un mese di settembre a -3,6% e chiudono i nove mesi a -7,3%, così come i Periodici, in perdita del 3,9% per lo stesso periodo.

Il mezzo radio continua a distinguersi con un andamento molto positivo: +10,2% a settembre e +10% nel periodo consolidato.

Internet, relativamente al perimetro attualmente monitorato, cresce del +4,6% nel singolo mese di settembre (+4,6%), riducendo a -1,3% il decremento sui nove mesi del 2015. Sulla base delle stime di Nielsen relative al totale del web advertising, aggiungendo dunque la porzione di mercato non monitorata, il digitale crescerebbe del 9,1% nel periodo gennaio – settembre.

Il periodo è ancora negativo per il cinema, rispettivamente a -14,8% nel singolo mese e -2,3% nel cumulato, e per il direct mail (-1,8% a settembre, -3,6% nei 9 mesi). Continua l'ottimo momento dell'intero mondo dell'out of home che, sempre trainato da Expo, chiude in terreno positivo a gennaio - settembre: outdoor a +4,1%, transit a +19,4% e out of home TV +9,5%.

Per quanto riguarda i settori merceologici, se ne segnalano 11 stabili o in crescita, con un apporto di circa 91,1 milioni di euro. Per i primi comparti del mercato si registrano andamenti differenti nei 9 mesi del 2015: alla crescita di alimentari (+4,9%, circa 27,3 milioni) e farmaceutici (+5,1%, circa 11,2 milioni), si contrappongono i cali di finanza / assicurazioni (-6,4%, circa 14,5 milioni), automotive (-1,5%, circa 6,2 milioni) e telecomunicazioni (-10,7%, circa 28,3 milioni). I maggiori apporti alla crescita arrivano da servizi professionali (+20,9%), enti / istituzioni (+10,4%), gestione casa (+8,2%) e oggetti personali (+3,8%).

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 informazioni: www.nielsen.com.

STIMA DEL MERCATO PUBBLICITARIO



Dati netti in migliaia di euro

	Gen./Set.2014	Gen./Set.2015	Var.%
TOTALE PUBBLICITA'	4,451,630	4,380,897 ↓	-1.6
• QUOTIDIANI ¹	575,096	533,315 ↓	-7.3
• PERIODICI ¹	352,663	338,817 ↓	-3.9
• TV ²	2,577,975	2,535,467 ↓	-1.6
• RADIO ³	245,038	269,434 ↑	10.0
• INTERNET Fonte: FCP-Assointernet	321,178	316,985 ↓	-1.3
• OUTDOOR Fonte: AudiOutdoor	58,270	60,664 ↑	4.1
• TRANSIT	65,068	77,668 ↑	19.4
• OUT OF HOME TV	10,277	11,257 ↑	9.5
• CINEMA	10,850	10,598 ↓	-2.3
• DIRECT MAIL	235,215	226,692 ↓	-3.6

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 (comprensiva c.a.).

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

Copyright © 2015 The Nielsen Company. All rights reserved

INVESTIMENTI PUBBLICITARI PER SETTORE

nielsen
.....

Gen./Set. 2015

Settori di investimento	Quota % del settore sul mercato	Variazione %
TOTALE	100	 -1.6
ABBIGLIAMENTO	4.9	 -7.8
ABITAZIONE	3.7	 -6
ALIMENTARI	15.2	 4.9
AUTOMOBILI	11.0	 -1.5
BEVANDE/ALCOOLICI	5.4	 3.5
CURA PERSONA	5.0	 0.7
DISTRIBUZIONE	6.3	 0.4
ELETTRODOMESTICI	0.7	 -34
ENTI/ISTITUZIONI	2.1	 10.4
FARMACEUTICI/SANITARI	6.1	 5.1
FINANZA/ASSICURAZIONI	5.5	 -6.4
GESTIONE CASA	4.2	 8.2
GIOCHI/ARTICOLI SCOLASTICI	0.9	 -8.9
INDUSTRIA/EDILIZIA/ATTIVITA'	1.4	 -35.2
INFORMATICA/FOTOGRAFIA	0.4	 -46.9
MEDIA/EDITORIA	5.4	 -10.4
MOTO/VEICOLI	0.6	 -4.8
OGGETTI PERSONALI	1.5	 3.8
SERVIZI PROFESSIONALI	2.3	 20.9
TELECOMUNICAZIONI	6.2	 -10.7
TEMPO LIBERO	2.5	 -9.4
TOILETRIES	5.8	 1.7
TURISMO/VIAGGI	3.0	 1.6

Copyright © 2015 The Nielsen Company. All rights reserved