



The Nielsen Company (Italy) S.r.l.  
Via G. di Vittorio, 10  
20094 Corsico (Milano)

[www.nielsen.com/it](http://www.nielsen.com/it)

## CONTATTI

Nielsen: Samantha Rovatti, [samanta.rovatti@nielsen.com](mailto:samanta.rovatti@nielsen.com), Mobile +39-3358478689

SEC Relazioni Pubbliche e Istituzionali:

Alessandro D'Angelo, [dangelo@segrp.it](mailto:dangelo@segrp.it), Mobile +39-3294139226

## NOTA PER LA STAMPA

### IL MERCATO PUBBLICITARIO IN ITALIA AD AGOSTO 2013

Il mercato degli investimenti pubblicitari ad agosto 2013 chiude a -11% rispetto al 2012, facendo registrare una riduzione del -15,8% per i primi otto mesi, pari a circa 746 milioni di euro in meno rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. I primi sette mesi del 2013 si erano chiusi a -16%.

*“Continua il trend di riduzione del gap del dato cumulato dei primi otto mesi rispetto allo scorso anno. Agosto non ha evidenziato particolari crescite, se si escludono alcune eccezioni. Del resto, questo mese influisce poco sull'andamento annuale, essendo il periodo con il picco negativo stagionale e incidendo per circa il 3% sul totale dei 12 mesi”*- spiega **Alberto Dal Sasso, Advertising Information Services Business Director di Nielsen**.

Il mezzo Stampa continua ad assestarsi in terreno negativo, rimanendo vicino “quota 20” nel periodo gennaio - agosto, con una riduzione del -22,4% per i quotidiani e del -24% per i periodici. In calo anche gli investimenti per il singolo mese, rispettivamente di -14% e -23,2%.

Dopo un luglio positivo e in attesa di una possibile crescita consolidata per settembre, la TV ad agosto torna a decrescere, registrando un calo medio del -4,1% per il singolo mese e -14,6% per il cumulato. Anche Internet risente della congiuntura negativa, fermandosi a -3% sui primi otto mesi dell'anno e a -4,2% per il singolo mese, relativamente al perimetro attualmente monitorato. Nessuna apprezzabile differenza rispetto a luglio per la radio, che chiude il periodo cumulato a -12,6%.

Andamenti negativi per il Direct Mail (-16,7%) e per l'Out of Home (-12,1%). Persiste la crisi nel Cinema con una riduzione del -27,7% per il cumulato degli otto mesi dell'anno.

Per quanto riguarda i settori merceologici, i dati di agosto mostrano situazioni differenti per le prime tre categorie di investimento. Le Telecomunicazioni, infatti, proseguono il trend di ripresa con un +25,1% sul mese che porta il cumulato a -6%. L'Alimentare è sempre in calo con -9,7% tendenziale e un cumulato a -20,6%. Nel settore dell'Automotive, invece, si registra una riduzione di circa un terzo dell'investimento (-29,8%) rispetto allo stesso mese del 2012 e un cumulato di -25,6%. Alcuni settori, oltre le già citate Telecomunicazioni, sono in crescita sul singolo mese: Tempo Libero (+12,1%), Motoveicoli (+12%), Elettrodomestici (+7,6%) e Abitazione (+4,3%).

*“Alla luce delle recenti e incoraggianti dichiarazioni di alcune concessionarie - ha concluso **Dal Sasso** - sarà importante aspettare il cosiddetto autunno pubblicitario per capire come si assesteranno i prossimi mesi e se si potrà parlare di inizio di una ripresa, in vista della fine anno e delle prime proiezioni per un 2014 che al momento appare ancora incerto”*.

#### 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](http://www.nielsen.com/it)

Stima del mercato pubblicitario (Dati netti)	nielsen		
	2012 Gen./Ago.	2013 Gen./Ago.	Var. %
(Migliaia di Euro)			
<b>TOTALE PUBBLICITA'</b>	<b>4,724,161</b>	<b>3,982,724</b>	<b>-15.7</b>
<b>QUOTIDIANI</b> <sup>1</sup>	<b>729,350</b>	<b>566,035</b>	<b>-22.4</b>
<b>PERIODICI</b> <sup>1</sup>	<b>439,969</b>	<b>334,341</b>	<b>-24.0</b>
<b>TV</b> <sup>2</sup>	<b>2,552,247</b>	<b>2,180,715</b>	<b>-14.6</b>
<b>RADIO</b> <sup>3</sup>	<b>260,529</b>	<b>227,655</b>	<b>-12.6</b>
<b>INTERNET</b> (Fonte: FCP-Assointernet)	<b>319,902</b>	<b>310,187</b>	<b>-3.0</b>
<b>OUTDOOR</b> (Fonte: AudiOutdoor)	<b>58,951</b>	<b>57,674</b>	<b>-2.2</b>
<b>TRANSIT</b>	<b>64,493</b>	<b>58,850</b>	<b>-8.7</b>
<b>OUT OF HOME TV</b>	<b>10,993</b>	<b>9,658</b>	<b>-12.1</b>
<b>CINEMA</b>	<b>17,761</b>	<b>12,844</b>	<b>-27.7</b>
<b>DIRECT MAIL</b>	<b>269,968</b>	<b>224,764</b>	<b>-16.7</b>

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.

<sup>1</sup> Per i dati di Stampa Commerciale Locale, Rubricata e Di Servizio la fonte è FCP-ASSOQUOTIDIANI

<sup>2</sup> Il dato comprende le emittenti Generaliste, Digitali e Satellitari

<sup>3</sup> Le elaborazioni sono effettuate con il contributo di FCP -ASSORADIO

2013 The Nielsen Company All rights reserved.

Gen./Ago. 2013			
Settori di investimento	Quota % del settore sul mercato	Variazione % dell'investimento pubblicitario	
<b>Totale</b>	<b>100</b>		<b>-15.7</b>
ABBIGLIAMENTO	5.0		-24.8
ABITAZIONE	3.5		-16.6
ALIMENTARI	13.2		-20.6
AUTOMOBILI	11.1		-25.6
BEVANDE/ALCOOLICI	5.2		-13.3
CURA PERSONA	5.2		-10.2
DISTRIBUZIONE	5.7		-8.4
ELETTRODOMESTICI	0.8		-21.4
ENTI/ISTITUZIONI	2.2		-9.7
FARMACEUTICI/SANITARI	5.5		-11.6
FINANZA/ASSICURAZIONI	4.7		-19.4
GESTIONE CASA	3.7		-13.1
GIOCHI/ARTICOLI SCOLASTICI	0.5		-44.7
INDUSTRIA/EDILIZIA/ATTIVITA'	1.8		-33.0
INFORMATICA/FOTOGRAFIA	1.0		40.4
MEDIA/EDITORIA	5.8		-22.7
MOTO/VEICOLI	0.8		-14.5
OGGETTI PERSONALI	1.9		-9.1
SERVIZI PROFESSIONALI	2.1		-25.2
TELECOMUNICAZIONI	9.2		-6.0
TEMPO LIBERO	2.6		-32.9
TOILETRIES	5.6		-3.7
TURISMO/VIAGGI	3.0		-16.7

2013 The Nielsen Company All rights reserved.