



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 NOVEMBRE 2019

Milano, 16 gennaio 2020 – Il mercato degli investimenti pubblicitari in Italia chiude il mese di novembre con un andamento flat pari a -0,5% rispetto a novembre 2018, mantenendo la raccolta nel periodo Gen./Nov. in negativo del -0.7%. 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 – novembre si attesta a -4,9%.

*“I risultati del penultimo mese dell’anno lasciano ipotizzare che la chiusura del 2019 sarà in lieve calo rispetto al 2018- spiega **Alberto Dal Sasso, AIS Managing Director di Nielsen.** La TV non recupera nel mese di novembre e non sembrano esserci i presupposti per un’inversione di tendenza nell’ultimo mese dell’anno.*

*Lasciandoci alle spalle un difficoltoso 2019 stiamo andando incontro a un 2020 che ad oggi si prevede possa avere delle migliori prospettive - conclude **Dal Sasso.** Se da un lato la previsione di un lieve aumento del Pil, la conferma della diminuzione del tasso di disoccupazione e l’odierna firma dell’intesa sui dazi Usa - Cina possono fare ben sperare, dall’altro le ripercussioni economiche dovute alla Brexit e le tensioni geopolitiche possono generare incertezza sul mercato, come abbiamo sperimentato a gennaio”.*

Relativamente ai singoli mezzi, la TV è in calo a novembre del -4,3% e consolida il periodo Gen./Nov. a -5,1%.

Sempre in negativo i quotidiani, che a novembre perdono il 2,9%, consolidando il periodo cumulato gennaio-novembre a -9,5%. Stesso andamento per i periodici, sia nel singolo mese che nel progressivo Gen./Nov., con cali rispettivamente del -12,1% e -14,1%.

Il mese di novembre vede la radio in negativo con un -1,8% rispetto al 2018 e porta a +2,3% la raccolta nel progressivo Gen./Nov.

Sulla base delle stime realizzate da Nielsen, la raccolta dell’intero universo del web advertising nel periodo Gen./Nov. del 2019 chiude in positivo, a +8,3% (+3,1% se si considera il solo perimetro Fcp AssolInternet).

Cinema e GoTv sono in crescita da gennaio a novembre rispettivamente del 12,8% e del 7,1%, mentre l’Outdoor risulta in calo del 9.2%

Per quanto riguarda i settori merceologici, se ne segnalano 6 in crescita, con un apporto di circa 32 milioni di euro. Per i primi 10 settori solo farmaceutici/sanitari (+1,8%) e distribuzione (+4,2%) hanno un andamento positivo. Per gli altri continua l'andamento negativo, con telecomunicazioni (-16,4%), cura persona (-8,6), abbigliamento (-9,5%) e automobili (-6,4%), che investono complessivamente circa 127 milioni di euro in meno rispetto allo stesso periodo del 2018.

Anche se ancora in negativo si evidenzia un'inversione di tendenza del settore automobili che, dopo il calo del periodo Gen./Set. (-10%) registra un andamento positivo medio di circa il +6% negli ultimi 2 mesi (ott.-nov.)

INFORMAZIONI SU NIELSEN

Nielsen Holdings plc (NYSE: NLSN) è un'azienda globale di misurazione e analisi dati che fornisce la più completa e affidabile visione al mondo sui consumatori e sui mercati. Nielsen è divisa in due unità di business. Nielsen Global Media, arbitro di verità per i mercati mediatici, fornisce all'industria dei media e della pubblicità metriche imparziali e affidabili, che creano una comprensione condivisa necessaria per il funzionamento del settore. Nielsen Global Connect fornisce ai produttori e ai rivenditori di beni di largo consumo informazioni e insight accurati e azionabili, dando un quadro completo di un mercato complesso e in continua evoluzione, del quale le aziende hanno bisogno per innovare e crescere. Coniughiamo dati proprietari con altre fonti per aiutare i nostri clienti a comprendere ciò che accade oggi, ciò che accadrà domani, e come reagire.

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./Nov.2018	Gen./Nov.2019	Var.%
TOTALE PUBBLICITÀ		5,627,589	5,351,399	-4.9
	Quotidiani ¹	533,889	483,092	-9.5
	Periodici ¹	359,432	308,923	-14.1
	TV ²	3,433,624	3,259,780	-5.1
	Radio ³	394,199	403,328	2.3
	Digital ⁴	418,683	431,743	3.1
	Outdoor ⁵	63,522	57,675	-9.2
	Transit	136,848	121,575	-11.2
	Go TV	17,357	18,588	7.1
	Cinema	15,682	17,684	12.8
	Direct mail	254,353	249,010	-2.1

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



INVESTIMENTI PUBBLICITARI PER SETTORE

Gen/Nov.2019

Settori merceologici	Quota % del settore sul mercato	Var.%
TOTALE	100%	-4.9%
ABBIGLIAMENTO	4.2%	-9.5%
ABITAZIONE	4.1%	-9.1%
ALIMENTARI	15.0%	-3.4%
AUTOMOBILI	12.0%	-6.4%
BEVANDE/ALCOOLICI	5.4%	-5.5%
CURA PERSONA	4.5%	-8.6%
DISTRIBUZIONE	7.2%	4.2%
ELETTRODOMESTICI	1.4%	-11.9%
ENTI/ISTITUZIONI	1.6%	0.8%
FARMACEUTICI/SANITARI	7.0%	1.8%
FINANZA/ASSICURAZIONI	3.9%	-2.5%
GESTIONE CASA	3.2%	-11.2%
GIOCHI/ARTICOLI SCOLASTICI	1.1%	-1.9%
INDUSTRIA/EDILIZIA/ATTIVITA'	2.2%	-8.4%
INFORMATICA/FOTOGRAFIA	0.6%	30.7%
MEDIA/EDITORIA	4.5%	-6.9%
MOTO/VEICOLI	0.6%	-5.4%
OGGETTI PERSONALI	1.7%	2.8%
SERVIZI PROFESSIONALI	2.6%	3.1%
TELECOMUNICAZIONI	5.2%	-16.4%
TEMPO LIBERO	4.0%	-8.1%
TOILETRIES	3.1%	-15.0%
TURISMO/VIAGGI	3.0%	-4.3%
VARIE	2.0%	-0.7%