



COMUNICATO STAMPA

Contatti

SEC Newgate:

Marcella Ruggiero, ruggiero@segrp.com, +39-335214241

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

IL MERCATO PUBBLICITARIO TORNA IN NEGATIVO: -3,4% A SETTEMBRE SOLO IL DIGITALE (+7,8%) IN CRESCITA NEL SINGOLO MESE; IN PARI LA TV

Milano, 9 novembre 2020 – Dopo due mesi in crescita, a settembre il mercato pubblicitario torna in negativo: la raccolta nel singolo mese perde il -3,4%. L'andamento del periodo cumulato gennaio – settembre, sempre condizionato dagli effetti del lockdown, cala del -15,9% rispetto allo stesso periodo del 2019. Se si esclude dalla raccolta web la stima Nielsen sul search, social, classified (annunci sponsorizzati) e dei cosiddetti "Over The Top" (OTT), l'andamento nei primi nove mesi si attesta a -20,3%.

*"Dopo un secondo trimestre in calo del 34,3% a causa del lockdown, come avevamo previsto, il terzo trimestre è tornato in terreno positivo, crescendo del +2,3% nonostante la frenata di settembre" - ha dichiarato **Alberto Dal Sasso, AIS managing director di Nielsen**. "Si tratta di una crescita che non ci riporta ai valori pre-crisi ma che se non altro testimonia la necessità e la volontà da parte delle aziende di ricominciare a investire, in un contesto di graduale ripresa delle attività economiche. Non dimentichiamo comunque che stiamo analizzando un periodo – quello tra la fine dell'estate e l'inizio dell'autunno – in cui il clima di fiducia e l'atteggiamento delle aziende non era certo paragonabile a quello attuale. La stessa Banca d'Italia, nel Bollettino Economico di ottobre, prevede un consolidamento del PIL a +12% congiunturale nel terzo trimestre".*

Relativamente ai singoli mezzi, nei nove mesi l'andamento è negativo per tutti i mezzi. Situazione analoga anche per la raccolta nel singolo mese, a eccezione del web advertising che è l'unico a chiudere in crescita a settembre.

La raccolta pubblicitaria della televisione è sostanzialmente flat nel singolo mese (-0,3%) e in calo del -15,3% nei nove mesi. Andamento negativo per la stampa: a settembre i quotidiani calano del -13,3% e i periodici del -41,4%; la perdita nel periodo gennaio-settembre è a doppia cifra per entrambi, rispettivamente del -19,7% e del -40,3%. Nuova contrazione per la raccolta pubblicitaria della radio, che registra una perdita del -22,8% a settembre e del -30,1% nel periodo cumulato. Per quanto riguarda internet, sulla base delle stime realizzate da Nielsen, a settembre la raccolta dell'intero universo del web advertising, comprendente search, social, classified (annunci sponsorizzati) e i cosiddetti "Over The Top" (OTT), segna una crescita del

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.

7,8% - unico mezzo sopra lo "zero" a settembre - e porta la perdita del periodo cumulato a -7% (-7,1% se si considera il solo perimetro FCP-Assointernet).

Ancora in perdita l'outdoor -35,2% (-47,8% gennaio - settembre), il transit e il direct mail con cali rispettivamente del -42% (-55,1% a gennaio - settembre) e del -27,5% (-33,4% gennaio - settembre). I fatturati di go tv e cinema non sono disponibili.

I settori merceologici che sono in crescita nel singolo mese di settembre sono 10, tra i quali si evidenziano le migliori performance di enti/istituzioni (+50,9%), abitazione (+22,6%), elettrodomestici (+13,7) e gestione casa (+13,3). Nel periodo gennaio - settembre se ne registrano invece solo tre in crescita: gestione casa (+5,4%), distribuzione (+2,5%) e enti / istituzioni (+16,7%). Relativamente ai comparti con una maggiore quota di mercato, si evidenziano nei nove mesi gli andamenti negativi di automobili (-26,3%), farmaceutici (18,2%), gli alimentari (-14,8%), media / editoria (-12,8%) e bevande / alcolici (-19,8%).

"Il ritorno in negativo del mese di settembre è un segnale da tenere in seria considerazione dopo i due mesi di euforia" – conclude Dal Sasso. "A differenza del periodo marzo – aprile in cui regnavano una comprensibile incertezza e impreparazione, oggi si può fare tesoro dell'esperienza fatta in quei mesi e affrontare il futuro con più ottimismo, in un'ottica costruttiva che deve valere anche per il mondo della comunicazione".

[nelle pagine seguenti sono allegate tre tabelle sull'andamento dei singoli mezzi e dei settori]











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./Set.2019	Gen./Set.2020	Var.%
TOTALE PUBBLICITÀ		4,076,480	3,247,201	-20.3
	Quotidiani ¹	373,154	299,573	-19.7
	Periodici ¹	236,103	140,931	-40.3
	TV ²	2,482,471	2,102,507	-15.3
	Radio ³	313,273	218,880	-30.1
	Digital ⁴	301,272	279,802	-7.1
	Outdoor ⁵	60,537	31,587	-47.8
	Transit	95,288	42,765	-55.1
	Go TV	14,086	2,290	*
	Cinema	12,953	4,058	*
	Direct mail	187,344	124,808	-33.4

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

* **Dati non disponibili da marzo 2020**



INVESTIMENTI PUBBLICITARI PER SETTORE

Gen/Set. 2020

Settori merceologici	Quota % del settore sul mercato	Var.%
TOTALE	100%	-20.3%
ABBIGLIAMENTO	2.8%	-42.1%
ABITAZIONE	4.7%	-9.5%
ALIMENTARI	15.4%	-14.8%
AUTOMOBILI	10.9%	-26.3%
BEVANDE/ALCOOLICI	5.8%	-19.8%
CURA PERSONA	3.3%	-40.5%
DISTRIBUZIONE	8.5%	2.5%
ELETTRODOMESTICI	1.1%	-29.9%
ENTI/ISTITUZIONI	2.5%	16.7%
FARMACEUTICI/SANITARI	7.6%	-18.2%
FINANZA/ASSICURAZIONI	4.3%	-8.4%
GESTIONE CASA	4.5%	5.4%
GIOCHI/ARTICOLI SCOLASTICI	0.6%	-34.1%
INDUSTRIA/EDILIZIA/ATTIVITA'	2.2%	-10.8%
INFORMATICA/FOTOGRAFIA	0.5%	-26.2%
MEDIA/EDITORIA	5.0%	-12.8%
MOTO/VEICOLI	0.6%	-21.7%
OGGETTI PERSONALI	1.0%	-45.4%
SERVIZI PROFESSIONALI	2.9%	-8.9%
TELECOMUNICAZIONI	6.0%	-5.4%
TEMPO LIBERO	2.2%	-58.3%
TOILETRIES	3.4%	-21.5%
TURISMO/VIAGGI	1.7%	-58.4%
VARIE	2.2%	-12.5%