

COMUNICATO STAMPA

Contatti

SEC Newgate:

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

Mario Cedone, cedone@segrp.com, +39-3702047

IL MERCATO PUBBLICITARIO AD APRILE IN FORTE RIPRESA RISPETTO AL CORRISPONDENTE DEL 2020

Milano, 10 giugno 2021 – Il mercato degli investimenti pubblicitari in Italia chiude il mese di aprile con una crescita sensibile +82.7% rispetto allo stesso periodo del 2020, portando la raccolta pubblicitaria del 1° quadrimestre a +14,8%. 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 – aprile si attesta a +12,7%.

“Assistiamo ad una ripresa robusta, anche se sconta ancora un gap rispetto all’ultimo anno di normalità (2019), che potrà essere colmato nei mesi a venire, con un recupero anche dei settori che risultano tuttora in ritardo a causa della pandemia - spiega Alberto Dal Sasso, AIS Managing Director di Nielsen. “In ogni caso i segnali di ripresa sembrano evidenti ed in linea con quanto succede negli altri Paesi europei.”

Relativamente ai singoli mezzi, la TV è in crescita del +88,3% ad aprile e chiude il quadrimestre a +19,7%.

In positivo anche la stampa con i quotidiani che ad aprile crescono del 34% (quadrimestre a +2,2%) e i periodici del +26,1% (quadrimestre a -19,1%).

La radio cresce del 212,1% ad aprile e chiude il quadrimestre a +3,2%.

Sulla base delle stime realizzate da Nielsen, la raccolta dell’intero universo del web advertising nel primo quadrimestre dell’anno chiude con un +18,7% (17,7% se si considera il solo perimetro Fcp AssolInternet).

In ripresa nel mese di aprile anche l’Out of home. Resta in negativo il 1° quadrimestre per l’Outdoor -41,8% e il Transit -56,4% che, però, mostrano da aprile i primi segni di ripresa.

Anche il direct mail è in ripresa ad aprile e porta il periodo consolidato a +9,2%

I fatturati di go tv sono di nuovo disponibili ma non è ancora disponibile il confronto con l’anno precedente.

I fatturati del cinema non sono disponibili.

I settori merceologici che sono in crescita nel 1° quadrimestre sono 16 (8 in negativo).











Solo 2 sono i settori in negativo nel mese di aprile, Media/Editoria e Enti/Istituzioni (sempre in positivo nel 2020).

Ad aprile tornano ad investire distribuzione, automobili, abitazione e tempo libero estremamente elevate.

Relativamente ai comparti con una maggiore quota di mercato, si evidenzia, nel quadrimestre, l'andamento ancora negativo di media/editoria -8.6%. In positivo invece automobili +16,8%, distribuzione +51,9%, telecomunicazioni 29,2% e toiletries +24,7%.

| [ALLEGATE TABELLE](#)

STIMA DEL MERCATO PUBBLICITARIO

Dati netti in migliaia di euro		Gen./Apr.2020	Gen./Apr.2021	Var.%
TOTALE PUBBLICITÀ		1,529,524	1,723,238	12.7
	Quotidiani ¹	126,938	129,778	2.2
	Periodici ¹	72,994	59,035	-19.1
	TV ²	1,016,300	1,216,595	19.7
	Radio ³	94,621	97,641	3.2
	Digital ⁴	116,224	136,778	17.7
	Outdoor ⁵	14,598	8,495	-41.8
	Transit	23,074	10,065	-56.4
	Go TV	2,312	1,086	*
	Cinema	4,058	-	**
	Direct mail	58,405	63,765	9.2

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

* **Universo di riferimento non omogeneo**

** **Dati non disponibili da marzo 2020**



INVESTIMENTI PUBBLICITARI PER SETTORE

Gen./Apr..2021

Settori merceologici	Quota % del settore sul mercato	Var.%
TOTALE	100.0%	12.7%
ABBIGLIAMENTO	2.3%	-11.9%
ABITAZIONE	5.0%	29.7%
ALIMENTARI	16.5%	3.2%
AUTOMOBILI	11.7%	16.8%
BEVANDE/ALCOOLICI	4.8%	5.0%
CURA PERSONA	3.6%	21.9%
DISTRIBUZIONE	10.1%	51.9%
ELETTRODOMESTICI	2.4%	200.5%
ENTI/ISTITUZIONI	1.6%	-7.9%
FARMACEUTICI/SANITARI	7.8%	-0.8%
FINANZA/ASSICURAZIONI	4.2%	7.9%
GESTIONE CASA	4.4%	17.6%
GIOCHI/ARTICOLI SCOLASTICI	0.7%	42.9%
INDUSTRIA/EDILIZIA/ATTIVITA'	2.1%	17.4%
INFORMATICA/FOTOGRAFIA	0.6%	60.8%
MEDIA/EDITORIA	4.5%	-8.6%
MOTO/VEICOLI	0.4%	-0.5%
OGGETTI PERSONALI	0.6%	-20.0%
SERVIZI PROFESSIONALI	2.1%	-18.0%
TELECOMUNICAZIONI	6.2%	29.2%
TEMPO LIBERO	2.8%	44.0%
TOILETRIES	2.8%	24.7%
TURISMO/VIAGGI	0.8%	-24.1%
VARIE	2.1%	7.2%