

# COMUNICATO STAMPA

## Contatti

### SEC Newgate:

Marcella Ruggiero, [ruggiero@secnewgate.it](mailto:ruggiero@secnewgate.it) +39-335214241

Mario Cedone, [cedone@secnewgate.it](mailto:cedone@secnewgate.it) +39-3702047

## IL MERCATO PUBBLICITARIO DI GIUGNO IN FORTE RIPRESA RISPETTO AL PERIODO CORRISPONDENTE DEL 2021. IN CRESCITA IL CONFRONTO CON IL 2019

Milano, 30 luglio 2021 – Il mercato degli investimenti pubblicitari in Italia chiude anche il mese di giugno con una crescita sensibile +34,6% rispetto allo stesso periodo del 2020, portando la raccolta pubblicitaria del primo semestre a +25,7%. 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 – giugno si attesta a +26,7%.

*“Il mese di giugno conferma la ripresa del mercato pubblicitario, crescita robusta ormai possiamo dire consolidata. Anche in riferimento all’ultimo anno pre covid, il 2019 il gap si riduce (-2,3%), grazie anche agli Europei che hanno visto l’Italia fino alla finale. - spiega Alberto Dal Sasso, AIS Managing Director di Nielsen, I settori che mancavano all’appello tornano ad investire.*

Relativamente ai singoli mezzi, la TV è in crescita del +48,1% a giugno e chiude il primo semestre a +33,2%.

Ancora in positivo anche la stampa con i quotidiani che a giugno crescono del 19,2% (il primo semestre +9,7%) e i periodici del +45,3% (il primo semestre 3,9%).

La radio cresce del 21,7% a giugno e chiude il primo semestre a +22%.

Sulla base delle stime realizzate da Nielsen, la raccolta dell’intero universo del web advertising nel primo semestre dell’anno chiude con un +24,5% (29,3% se si considera il solo perimetro Fcp AssolInternet).

Per quanto riguarda l’andamento dell’Out of home nel 1° semestre, risultano ancora in negativo il Transit, -28,3% e la Go TV, -13,7%, anche se continuano ad evidenziare, sensibili segni di ripresa. Torna in positivo l’Outdoor che chiude a 6,3%,

Anche il direct mail è in ripresa, il periodo consolidato si attesta a +11%  
I fatturati del cinema non sono disponibili.











Tutti i settori merceologici sono in crescita a giugno, il contributo maggiore è portato da Bevande/Alcolici (+86,5%), Automobili (41%), Distribuzione (50,4%), Tempo libero (+245,5%) e Turismo e viaggi (157,3%) che contribuiscono con 75 milioni alla crescita del mese di giugno.

Solo 1 settore è in negativo nel 1° semestre 2021 (Enti/Istituzioni -0,6%).

Relativamente ai comparti con una maggiore quota di mercato, si evidenzia, nel primo semestre, l'andamento positivo di alimentari (+14,4%), automobile (+32,6%), distribuzione (54,8%) telecomunicazioni (+31,3%), abitazione (+25,6%)

*Il dato del mercato pubblicitario in robusta ripresa conferma il trend positivo dell'economia nel nostro paese, - continua Dal Sasso - proprio oggi Istat comunica la crescita tendenziale del PIL nell'ultimo trimestre del 17.3% con una previsione migliorativa a fine anno (+5%). L'Italia cresce più velocemente degli altri grandi Paesi europei, e questo è di buon auspicio anche per il mercato pubblicitario che sappiamo essere fortemente ancorato agli andamenti dell'economia. Un autunno con molte novità ci aspetta ma con buoni segnali all'orizzonte.*

## STIMA DEL MERCATO PUBBLICITARIO

Dati netti in migliaia di euro		Gen./Giu.2020	Gen./Giu.2021	Var.%
<b>TOTALE PUBBLICITÀ</b>		<b>2,221,171</b>	<b>2,814,516</b>	<b>26.7</b>
	<b>Quotidiani</b> <sup>1</sup>	193,742	212,471	9.7
	<b>Periodici</b> <sup>1</sup>	97,164	100,911	3.9
	<b>TV</b> <sup>2</sup>	1,476,114	1,966,666	33.2
	<b>Radio</b> <sup>3</sup>	137,854	168,165	22.0
	<b>Digital</b> <sup>4</sup>	178,073	230,179	29.3
	<b>Outdoor</b> <sup>5</sup>	19,373	20,597	6.3
	<b>Transit</b>	28,434	20,387	-28.3
	<b>Go TV</b>	2,874	2,479	-13.7
	<b>Cinema</b>	4,058	-	*
	<b>Direct mail</b>	83,484	92,661	11.0

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.).

<sup>1</sup> 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

<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

<sup>4</sup> Le elaborazioni sono effettuate con il contributo di FCP - ASSOINTERNET

<sup>5</sup> Le elaborazioni sono effettuate con il contributo di AUDIOOUTDOOR

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



## INVESTIMENTI PUBBLICITARI PER SETTORE

Gen./Giu.2021

Settori merceologici	Quota % del settore sul mercato	Var.%
<b>TOTALE</b>	<b>100%</b>	<b>26.7%</b>
ABBIGLIAMENTO	2.5%	11.3%
ABITAZIONE	4.5%	25.6%
ALIMENTARI	14.7%	14.4%
AUTOMOBILI	11.2%	32.6%
BEVANDE/ALCOOLICI	5.6%	25.8%
CURA PERSONA	3.9%	50.8%
DISTRIBUZIONE	9.9%	54.8%
ELETTRODOMESTICI	2.4%	223.1%
ENTI/ISTITUZIONI	2.0%	-0.6%
FARMACEUTICI/SANITARI	6.8%	7.9%
FINANZA/ASSICURAZIONI	4.4%	28.3%
GESTIONE CASA	4.5%	24.5%
GIOCHI/ARTICOLI SCOLASTICI	0.6%	42.7%
INDUSTRIA/EDILIZIA/ATTIVITA'	2.0%	22.2%
INFORMATICA/FOTOGRAFIA	0.7%	95.6%
MEDIA/EDITORIA	4.2%	11.1%
MOTO/VEICOLI	0.5%	1.8%
OGGETTI PERSONALI	1.0%	35.0%
SERVIZI PROFESSIONALI	2.6%	10.6%
TELECOMUNICAZIONI	6.0%	31.3%
TEMPO LIBERO	3.1%	96.2%
TOILETRIES	2.9%	19.4%
TURISMO/VIAGGI	2.0%	79.7%
VARIE	2.0%	25.8%