



COMUNICATO STAMPA

Contatti

SEC Newgate:

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

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

IL MERCATO PUBBLICITARIO IN CALO A GENNAIO (-4.3%)

Milano, 15 marzo 2021 - Il mercato degli investimenti pubblicitari in Italia inizia l'anno con un segno negativo -4.3% rispetto a gennaio 2020. Se si esclude dalla raccolta web la stima Nielsen sul search, social, classified (annunci sponsorizzati) e dei cosiddetti "Over The Top" (OTT), l'andamento del mese di gennaio 2021 risulta -10%.

*"Stante la situazione legata alla gestione della pandemia e il confronto con i primi due mesi dello scorso anno in fase di crescita, - ha dichiarato **Alberto Dal Sasso, AIS managing director di Nielsen** - è normale una partenza in sordina. Tutto però fa pensare ad una consolidata ripresa a partire dalla primavera."*

Relativamente ai singoli mezzi, la TV registra un andamento migliore del mercato e chiude il mese con un -2.8%. Sempre in negativo la stampa: i quotidiani iniziano l'anno un calo del 14.9% e i periodici del 34.4%. Inizio d'anno negativo anche per la Radio che cade del 34.5%.











Sulla base delle stime realizzate da Nielsen, la raccolta dell'intero universo del web advertising registra un incremento del 6.2% rispetto a gennaio 2020 (+0.6% se si considera il solo perimetro Fcp AssolInternet).

Continua ad essere in difficoltà l'outdoor (-52.3%), il Transit (-47.2%) e il direct mail (-32.2%). I fatturati di go tv e cinema non sono disponibili.

Per quanto riguarda i settori merceologici, se ne segnalano 11 in crescita, con un apporto di circa 21 milioni di euro. Si evidenziano le migliori performance di Distribuzione (+36.5%), telecomunicazioni (+14.9%) e gestione casa (+25.8%). In negativo Alimentari (-6.7%), Automobili (-24.1%) e Farmaceutici (-15.8%).



STIMA DEL MERCATO PUBBLICITARIO

Dati netti in migliaia di euro		Gennaio 2020	Gennaio 2021	Var.%
TOTALE PUBBLICITÀ		410,110	368,978	-10.0
	Quotidiani ¹	31,855	27,101	-14.9
	Periodici ¹	11,381	7,465	-34.4
	TV ²	277,486	269,690	-2.8
	Radio ³	28,361	18,583	-34.5
	Digital ⁴	26,464	26,613	0.6
	Outdoor ⁵	3,032	1,445	-52.3
	Transit	7,617	4,018	-47.2
	Go TV	1,112	-	*
	Cinema	2,058	-	*
	Direct mail	20,743	14,063	-32.2

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

* **Dati non disponibili da marzo 2020**



INVESTIMENTI PUBBLICITARI PER SETTORE

Gennaio 2021

Settori merceologici	Quota % del settore sul mercato	Var.%
TOTALE	100%	-10.0%
ABBIGLIAMENTO	1.0%	-36.8%
ABITAZIONE	5.8%	-6.9%
ALIMENTARI	14.9%	-6.7%
AUTOMOBILI	13.0%	-24.1%
BEVANDE/ALCOOLICI	3.8%	-20.3%
CURA PERSONA	2.8%	-15.9%
DISTRIBUZIONE	9.2%	36.5%
ELETTRODOMESTICI	1.5%	66.8%
ENTI/ISTITUZIONI	2.0%	17.9%
FARMACEUTICI/SANITARI	12.0%	-15.8%
FINANZA/ASSICURAZIONI	3.3%	-25.5%
GESTIONE CASA	3.7%	25.8%
GIOCHI/ARTICOLI SCOLASTICI	0.6%	38.2%
INDUSTRIA/EDILIZIA/ATTIVITA'	1.9%	57.0%
INFORMATICA/FOTOGRAFIA	0.6%	5.7%
MEDIA/EDITORIA	4.9%	-22.1%
MOTO/VEICOLI	0.4%	-14.7%
OGGETTI PERSONALI	0.3%	-51.0%
SERVIZI PROFESSIONALI	2.1%	-30.7%
TELECOMUNICAZIONI	6.8%	14.9%
TEMPO LIBERO	3.2%	3.7%
TOILETRIES	2.6%	2.3%
TURISMO/VIAGGI	1.0%	-55.8%
VARIE	2.4%	14.5%