

## CONTATTI

Nielsen:

Ombretta Capodaglio, ombretta.capodaglio@nielsen.com, Mobile +39-335400850

SEC Spa:

Marcella Ruggiero, [ruggiero@segrp.com](mailto:ruggiero@segrp.com), Mobile +39-335214241

Alessandro D'Angelo, [dangelo@segrp.com](mailto:dangelo@segrp.com), Mobile +39-3294139226

## NOTA PER LA STAMPA

### IL MERCATO PUBBLICITARIO IN ITALIA A FEBBRAIO 2017

Milano, 11 aprile 2017 - Nei primi due mesi del 2017 il mercato degli investimenti pubblicitari chiude in calo del 2,3% rispetto allo stesso periodo del 2016. Nel singolo mese di febbraio la raccolta perde il 2,8%. Aggiungendo anche la stima sulla porzione di *web* attualmente non monitorata (principalmente *search* e *social*), il mercato chiude il mese di febbraio e il periodo consolidato in pari (0% e 0,2%).

*“Come ci si poteva aspettare, a febbraio gli investimenti pubblicitari oscillano tra il negativo e la parità se si considera il perimetro allargato dell'intero universo del web advertising” - spiega **Alberto Dal Sasso, TAM e AIS Managing Director di Nielsen**. “Il periodo si confronta con febbraio 2016 che era stato uno dei mesi con la performance migliore dell'anno, se si esclude il mese di giugno con l'inizio degli Europei di calcio”.*

Relativamente ai mezzi, la tv cala dello 0,5% sia nel singolo mese che nel bimestre. Sempre negativa la stampa: quotidiani e periodici a febbraio si attestano rispettivamente a -6,4% e -8,9%, chiudendo il primo bimestre a -9,7% e -6,4%. Performance negativa per la radio nel mese (-3,3%) che porta il bimestre di poco sotto “quota zero” (-0,3%).

La crescita di *internet* è dovuta principalmente a *search* e *social*, sulla base delle stime realizzate da Nielsen. Relativamente al perimetro attualmente monitorato in dettaglio, infatti, il *web* registra un calo del 2,9% nel periodo cumulato e dell'8,5% nel singolo mese di febbraio. Allargando il perimetro all'intero universo del *web advertising*, la raccolta nel primo bimestre chiude a +7,2%.

In trend negativo il cinema (-6,4%), l'outdoor (-19,7%), la goTV (-14,1%) e il transit (-7,3%). Stabile il direct mail (0,2%).

Per quanto riguarda i settori merceologici, se ne segnalano 11 in crescita, con un apporto complessivo di circa 35 milioni di euro. Per i primi comparti del mercato si registrano andamenti differenti: alle performance positive di automobili (+6%), bevande / alcolici (+22,4%), farmaceutici (+14,9%) e abitazione (+10,8%), si contrappongono i cali delle telecomunicazioni (-2,6%), media/editoria (-15,9%) e distribuzione (-14,1%). Dopo un anno in costante crescita, gli alimentari frenano nel bimestre con una raccolta di poco sotto lo zero rispetto allo stesso periodo del 2016.

*“In attesa che si consolidi il primo trimestre per valutare la tendenza del 2017” - conclude **Dal Sasso** - “sarà importante vedere come lo scacchiere mondiale e quello europeo possano portare sviluppi a un settore – quello della comunicazione – così globalizzato sia dal punto di vista della domanda che dell’offerta. Al momento le previsioni rimangono positive per la chiusura dell’anno grazie a un recupero che dovrebbe manifestarsi nel secondo semestre”.*

**Informazioni su Nielsen**

Nielsen Holdings N.V. (NYSE: NLSN) è un'azienda globale di performance management che fornisce una visione totale dell'esposizione ai media dei consumatori e dei loro acquisti. Il segmento Watch di Nielsen fornisce ai clienti media e advertising i servizi di misurazione della Total Audience attraverso tutti i dispositivi in cui il contenuto – video, audio e testo – viene fruito. Il segmento Buy offre ai produttori di beni di largo consumo e ai distributori la visione globale delle misurazioni delle performance di vendita al dettaglio. Integrando le informazioni tra i segmenti Watch e Buy e altre fonti di dati, Nielsen fornisce ai propri clienti misurazioni globali e analisi che aiutano a migliorare le performance. Nielsen, una delle società dell'indice S&P 500, è presente in oltre 100 Paesi che coprono più del 90 per cento della popolazione mondiale.

Per maggiori informazioni, [www.nielsen.com](http://www.nielsen.com).

## STIMA DEL MERCATO PUBBLICITARIO



Dati netti in migliaia di euro

	Gen./Feb.2016	Gen./Feb.2017	Var.%
<b>TOTALE PUBBLICITA'</b>	<b>950,322</b>	<b>928,915</b> ↓	<b>-2.3</b>
• QUOTIDIANI <sup>1</sup>	99,144	89,555 ↓	-9.7
• PERIODICI <sup>1</sup>	49,558	46,362 ↓	-6.4
• TV <sup>2</sup>	607,872	604,908 ↓	-0.5
• RADIO <sup>3</sup>	52,846	52,708 ↓	-0.3
• INTERNET Fonte: FCP-Assointernet	62,554	60,725 ↓	-2.9
• OUTDOOR Fonte: AudiOutdoor	10,697	8,593 ↓	-19.7
• TRANSIT	16,731	15,510 ↓	-7.3
• GO TV (ex OUT OF HOME TV)	2,149	1,847 ↓	-14.1
• CINEMA	2,799	2,619 ↓	-6.4
• DIRECT MAIL	45,973	46,087 ↑	0.2

L'universo di riferimento è quello dei mezzi rilevati da Nielsen ad eccezione dei Quotidiani dove vengono utilizzati i dati FCP-ASSOQUOTIDIANI solo per le tipologie:

Locale, Rubricata e Di Servizio e delle Radio dove vengono utilizzati i dati FCP-ASSORADIO solo per la tipologia Extra Tabellare (comprensiva c.a.).

Le elaborazioni sono effettuate con il contributo di FCP - ASSOQUOTIDIANI e FCP - ASSOPERIODICI.

<sup>1</sup> Per i dati di Stampa 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

Copyright © 2017 The Nielsen Company. All rights reserved

## INVESTIMENTI PUBBLICITARI PER SETTORE

nielsen  
.....

Gen./Feb. 2017

Settori di investimento	Quota % del settore sul mercato	Variazione %
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>↓ -2.3</b>
ABBIGLIAMENTO	2.8	↓ -10.5
ABITAZIONE	4.9	↑ 10.8
ALIMENTARI	16.3	↓ -0.3
AUTOMOBILI	14.5	↑ 6
BEVANDE/ALCOOLICI	3.8	↑ 22.4
CURA PERSONA	4.6	↓ -7.1
DISTRIBUZIONE	5.1	↓ -14.1
ELETTRODOMESTICI	0.5	↑ 7.5
ENTI/ISTITUZIONI	1.1	↑ 21.9
FARMACEUTICI/SANITARI	10.2	↑ 14.9
FINANZA/ASSICURAZIONI	3.5	↓ -20.2
GESTIONE CASA	3.4	↓ -14.8
GIOCHI/ARTICOLI SCOLASTICI	0.7	↑ 14.3
INDUSTRIA/EDILIZIA/ATTIVITA'	1.3	↑ 37.2
INFORMATICA/FOTOGRAFIA	0.2	↑ 6.5
MEDIA/EDITORIA	5.4	↓ -15.9
MOTO/VEICOLI	0.6	↑ 13.7
OGGETTI PERSONALI	1.2	↑ 22.7
SERVIZI PROFESSIONALI	2.3	↓ -5.5
TELECOMUNICAZIONI	6.9	↓ -2.6
TEMPO LIBERO	3.1	↓ -2.4
TOILETRIES	3.5	↓ -26.8
TURISMO/VIAGGI	2.1	↓ -11.8
VARIE	2.0	↓ -19.8