

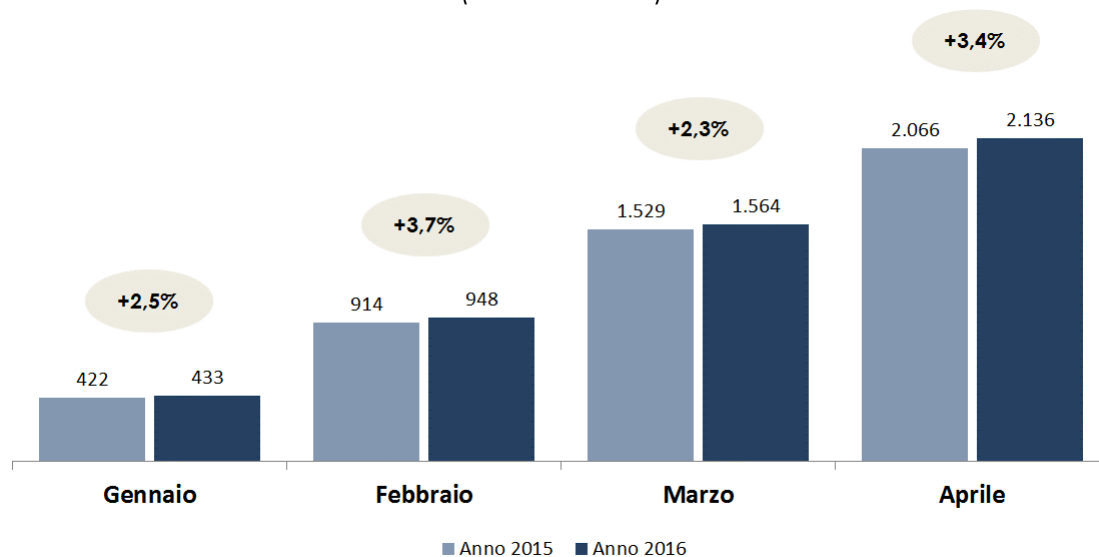
Il mercato pubblicitario raggiunge 2,14 mld di euro (+4,8%) nel primo quadrimestre 2016

La TV cresce del +10,3% e chiude il primo quadrimestre 2016 a + 6,4%. La Radio fa +3,8% e consolida trend nel periodo a +2,3%

Nei giorni scorsi Nielsen ha rilasciato i dati di investimento pubblicitario relativi al mese di aprile 2016. Il mercato pubblicitario nazionale - tutti i mezzi - chiude il mese considerato a +6,1% e porta il primo quadrimestre dell'anno a quota 2,14 miliardi di euro circa, con un +3,4% rispetto allo stesso periodo del 2015.

Investimenti pubblicitari netti cumulati - Totale Mezzi

(Miliardi di Euro)

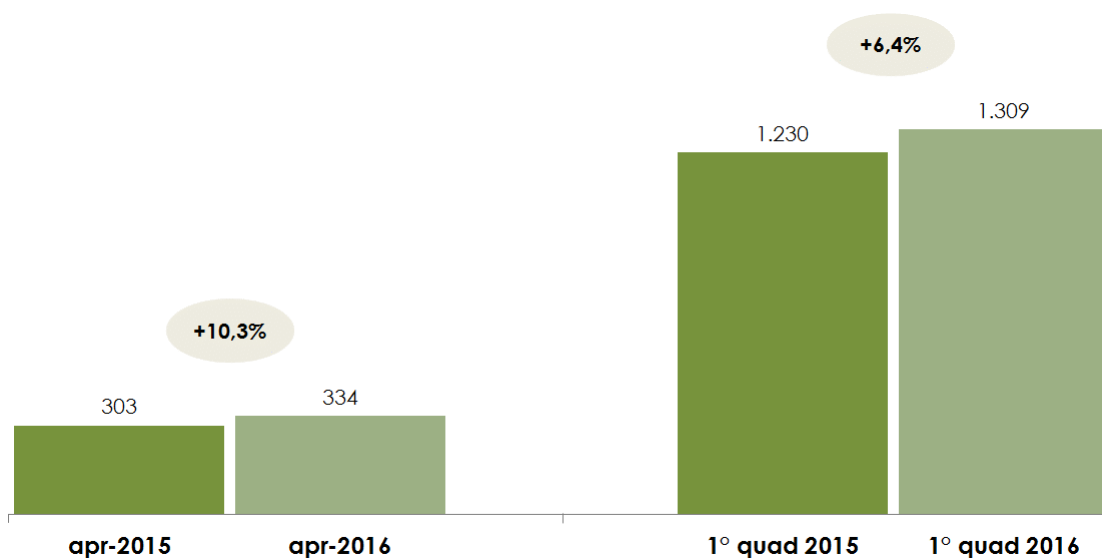


Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen

Il dato dei primi quattro mesi sale a +4,8%, se consideriamo anche la quota Web, attribuibile alle componenti Search e Social, attualmente non monitorata da Nielsen.

Investimenti pubblicitari netti - Televisione

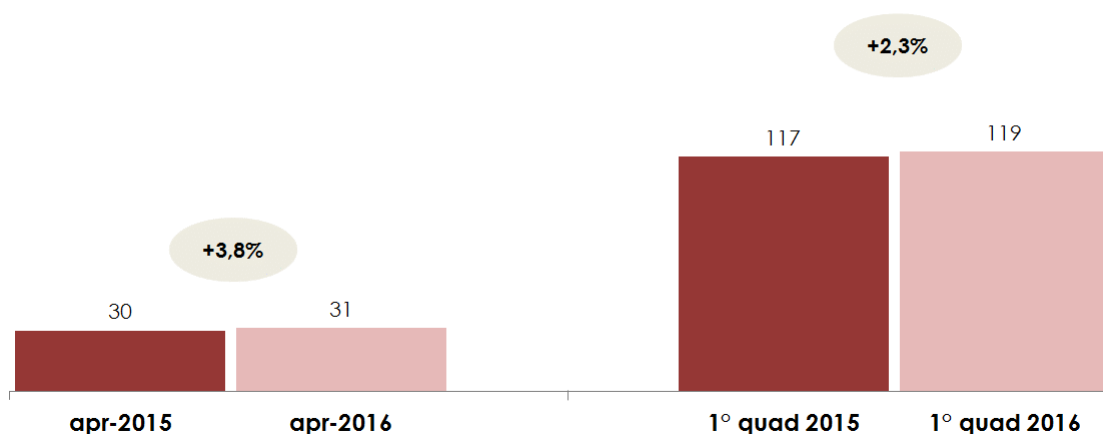
(Miliardi di Euro)



Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen

Relativamente ai singoli mezzi, la TV cresce a aprile del +10,3% e chiude il quadrimestre a +6,4% attestandosi a 1,3 miliardi di euro (1,2 miliardi di euro nel 2015).

Investimenti pubblicitari netti - Radio (Milioni di Euro)



Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen

Gli investimenti sul mezzo Radio restano positivi grazie al singolo mese di aprile in crescita del +3,8%, che consolida a +2,3% il trend per i primi quattro mesi dell'anno (119 milioni di euro) rispetto al 2015.

Internet, all'interno del perimetro FCP-Assointernet, registra un decremento del -0,6% del periodo consolidato e un calo ad aprile del -4,8%. Considerando anche le componenti Search e Social, il trend si inverte con +8,9% nel singolo mese e un +8,1% nel quadrimestre.