

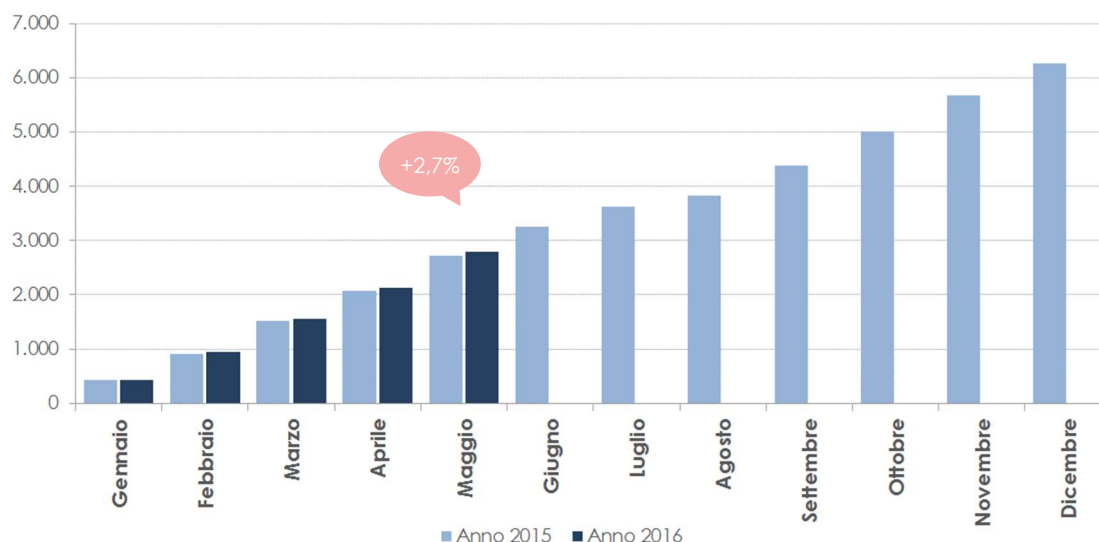
## Investimenti pubblicitari MAGGIO 2016: Radio & TV +5,7%

19-07-2016

Il **mercato degli investimenti pubblicitari** in Italia registra nei primi cinque mesi dell'anno 2016 un valore complessivo di quasi 2,8 miliardi di euro (perimetro tradizionale Nielsen), con una crescita del +2,7% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. Nel singolo mese di maggio il dato si attesta a 661 milioni di euro circa con un +0,5% rispetto allo stesso mese nel 2015. Si tratta delle ultime stime pubblicate da Nielsen relativamente al "perimetro tradizionale".

### ITALIA: investimenti pubblicitari - Totale mezzi

(milioni di Euro; perimetro tradizionale)

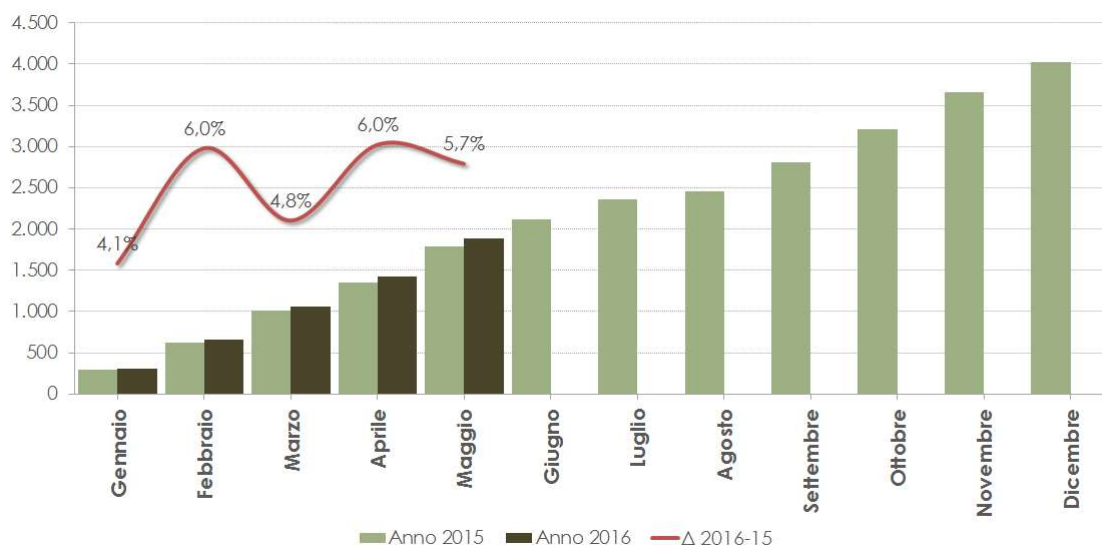


Nota: il perimetro tradizionale monitorato da Nielsen, include i mezzi Stampa (Quotidiani e Periodici), Televisione, Radio, Internet (senza le componenti Search e Social), Cinema, Outdoor, Transit, Out of Home TV e Direct Mail.  
Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen

Il valore degli investimenti pubblicitari nazionali, includendo principalmente le componenti Search e Social di Internet (perimetro Nielsen esteso), attualmente non pubblicato su base mensile, sale nei primi cinque mesi dell'anno a +4,3% rispetto al 2015. Il mercato pubblicitario nazionale continua a mantenersi in area positiva, anche in assenza di eventi importanti come Expo2015, che hanno caratterizzato la prima parte del 2015. Si attendono i benefici derivanti dagli investimenti legati agli Europei di Calcio e le Olimpiadi di Rio nei mesi estivi.

## ITALIA: investimenti pubblicitari - Radio & Televisione

(milioni di Euro)



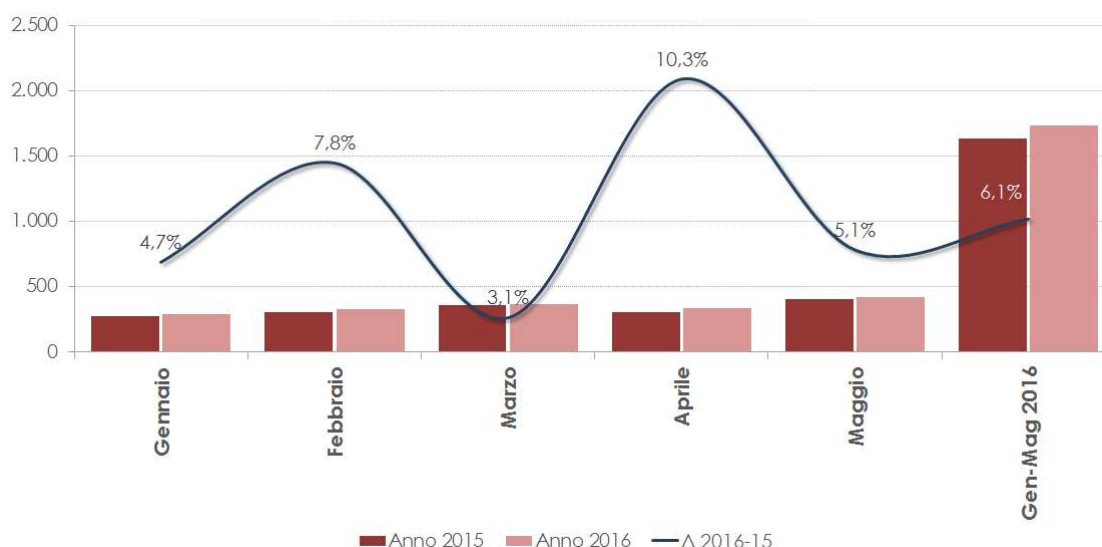
Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen

Il settore radiotelevisivo cresce complessivamente del +5,7% rispetto all'anno scorso arrivando nei primi cinque mesi del 2016 ad un investimento complessivo al di sopra di 1,8 miliardi di euro (100 milioni circa in più rispetto allo stesso periodo del 2015). L'andamento sino a qui registrato promette una chiusura dell'anno dell'intero settore superiore ai 4 miliardi del 2015.

Nel periodo gennaio-maggio 2016, l'intero settore pesa il 66% sul totale mezzi (perimetro Nielsen esteso), in crescita rispetto agli anni precedenti.

## ITALIA: investimenti pubblicitari - Televisione

(milioni di Euro)

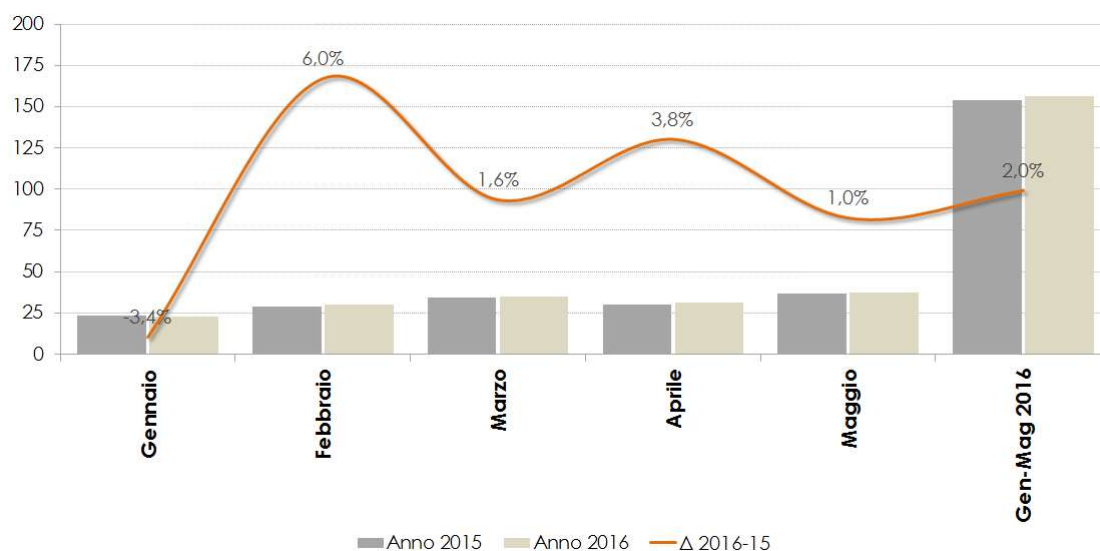


Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen

La Televisione è il mezzo che in questo periodo ha trainato maggiormente il mercato attestandosi a 1,7 miliardi di euro circa con un +6,1% rispetto ai primi cinque mesi del 2015 (+100 milioni di euro rispetto al 2015). Nel singolo mese di maggio il valore degli investimenti si è attestato a 421 milioni di euro per una crescita del +5,1% (+20 milioni di euro rispetto al 2015).

### ITALIA: investimenti pubblicitari - Radio

(milioni di Euro)



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

La Radio segna nello stesso periodo un +2,0% (nel mese di gennaio ha registrato un valore negativo pari a -3,4% rispetto al 2015) raggiungendo 156 milioni di euro circa (+3 milioni di euro rispetto al 2015). Nel singolo mese di maggio il valore degli investimenti radiofonici si è attestato a 37 milioni di euro per una crescita del +1,0%.

Internet, relativamente al perimetro tradizionale, registra un decremento del -1,9% nel periodo gennaio-maggio che nel solo mese di maggio è pari a -6,3%. Allargando il dato al perimetro Nielsen esteso (aggiungendo Search e Social), i primi cinque mesi chiuderebbero a +8,1% mentre il solo maggio a +7,7%.

**CRTV** - Studi e Ricerche

Andrea Veronese

[andrea.veronese@confindustrialradiotv.it](mailto:andrea.veronese@confindustrialradiotv.it)

06.93562113

Elena Cappuccio

[elena.cappuccio@confindustrialradiotv.it](mailto:elena.cappuccio@confindustrialradiotv.it)

06.93562122