

Investimenti pubblicitari NIELSEN: 3,8 miliardi (+5,1%) per RadioTV a novembre 2016

17 gennaio 2017

Il **mercato degli investimenti pubblicitari** in Italia registra negli undici mesi del 2016 un valore complessivo di quasi 5,8 miliardi di euro (perimetro tradizionale Nielsen), con una crescita del +1,7% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso (+98 milioni di euro). Nel singolo mese di novembre il dato si attesta a 662 milioni di euro circa con una crescita marginale inferiore a 0,1% 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

Dopo i mesi estivi, caratterizzati dai grandi eventi sportivi (Europei + Olimpiadi) tipici degli anni pari, l'autunno si caratterizza, fisiologicamente, per una spinta più contenuta negli investimenti complessivi.

Il valore degli investimenti pubblicitari nazionali del "perimetro Nielsen esteso", ossia **includendo principalmente le componenti Search e Social di Internet**, attualmente non pubblicato su base mensile, sale negli undici mesi dell'anno **a +3,7% rispetto al 2015**.

Confronto perimetri: investimenti pubblicitari – Totale mezzi

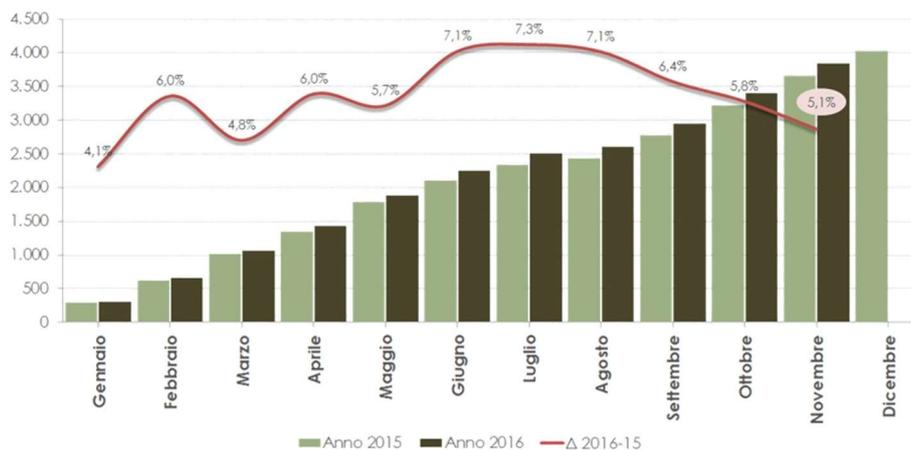
Δ 2016/15	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov
Perimetro tradizionale	+2,5%	+3,7%	+2,3%	+3,4%	+2,7%	+3,5%	+3,4%	+3,2%	+2,5%	+2,0%	+1,7%
Perimetro esteso	+3,5%	+4,6%	+3,8%	+4,8%	+4,3%	+5,1%	+5,0%	+4,8%	+4,3%	+3,8%	+3,7%

Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen + FCP- AssolInternet. Incrementi YoY su periodo cumulato.

Secondo l'istituto Nielsen Italia "l'autunno si è mantenuto in terreno positivo nonostante l'incertezza pre-referendaria del mese di novembre. Ci si avvia dunque a una chiusura dell'anno in positivo, attorno al +3%. Considerando il perimetro allargato, se dicembre si conferma positivo, si arriverebbe al terzo semestre consecutivo di crescita. Questo andamento positivo può farci guardare con maggiore serenità al consolidamento del mercato pubblicitario".

ITALIA: investimenti pubblicitari - Radio & Televisione

(milioni di Euro)

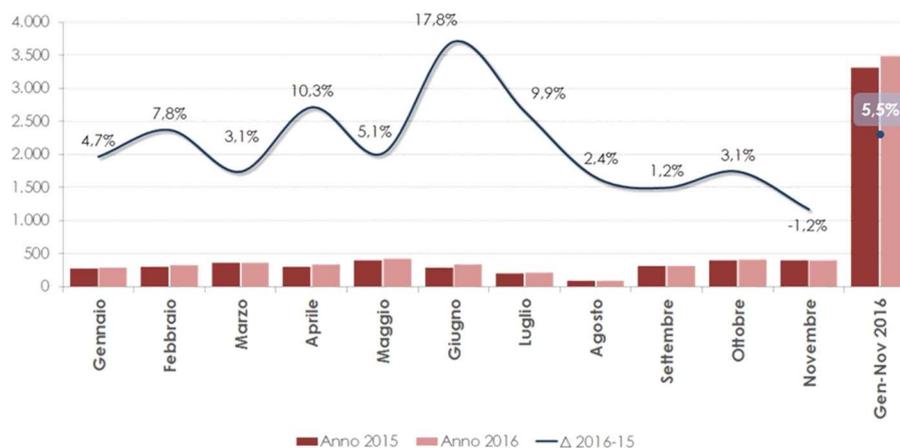


Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen

Il **settore radiotelevisivo** cresce complessivamente del +5,1% rispetto all'anno scorso arrivando negli undici mesi del 2016 a un investimento complessivo di 3,8 miliardi di euro (+186 milioni circa in più rispetto allo stesso periodo del 2015). L'andamento sino a qui registrato dovrebbe confermare una chiusura dell'anno dell'intero settore ampiamente sopra i 4 miliardi circa (stima di crescita >4%).

ITALIA: investimenti pubblicitari - Televisione

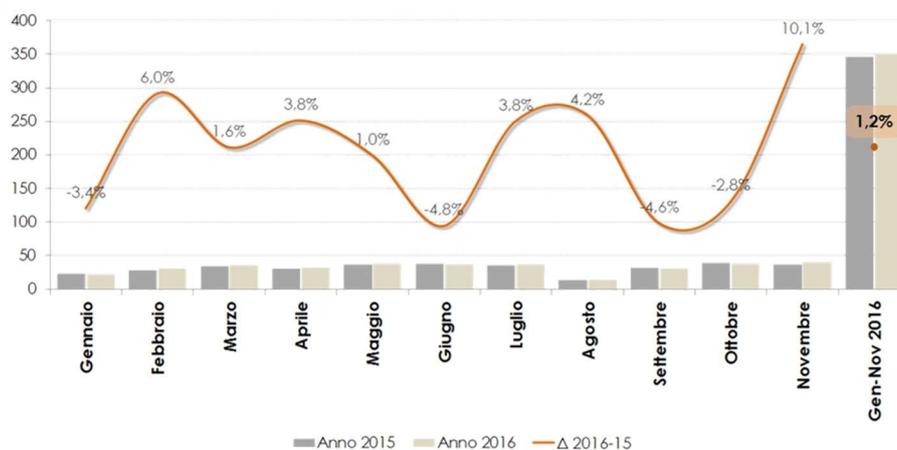
(milioni di Euro)



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

La **Televisione** continua a trainare il mercato a livello cumulato, beneficiando del periodo estivo. Negli undici mesi dell'anno il mezzo raggiunge poco meno di 3,5 miliardi di euro con un +5,5% rispetto al 2015 (+182 milioni di euro rispetto al 2015). Nel singolo mese di novembre il valore degli investimenti si è attestato a 397 milioni di euro per un calo dell'1,2% (-5 milioni di euro rispetto al 2015). Nonostante il mese in contrazione, in generale, sembra essersi chiuso il trend di incertezza degli anni passati legato alla crisi economica, anche se in presenza di un periodo ancora complesso.

ITALIA: investimenti pubblicitari - Radio (milioni di Euro)



Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen + FCP - Assoradio

La **Radio** continua la sua buona performance annuale, nonostante il rallentamento autunnale, con una crescita nello stesso periodo del +1,2% superando 350 milioni di euro circa. Nel singolo mese di novembre il valore degli investimenti radiofonici si è attestato a 40 milioni di euro con la migliore performance dell'anno pari a +10,1%.

Confronto perimetri: investimenti pubblicitari - Internet

Δ 2016/15	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov
Perimetro tradizionale	+0,2%	+2,2%	+0,8%	-0,6%	-1,9%	-1,9%	-1,6%	-1,6%	-2,2%	-2,8%	-2,5%
Perimetro esteso	+6,0%	nd	+7,8%	+8,1%	+8,1%	+8,3%	+8,2%	nd	+8,1%	+8,0%	+8,2%

Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen + FCP- AssolInternet. Incrementi YoY su periodo cumulato

Internet, relativamente al perimetro tradizionale, registra un decremento del -2,5% nel periodo gennaio-novembre che nel solo mese di interessato è pari a -0,1%, ma allargando il dato al perimetro Nielsen esteso (aggiungendo le componenti Search e Social), gli undici mesi del 2016 chiuderebbero con un +8,2%.

CRTV

Ufficio Studi e Ricerche

vieni a trovarci su  

www.confindustriaradiotv.it