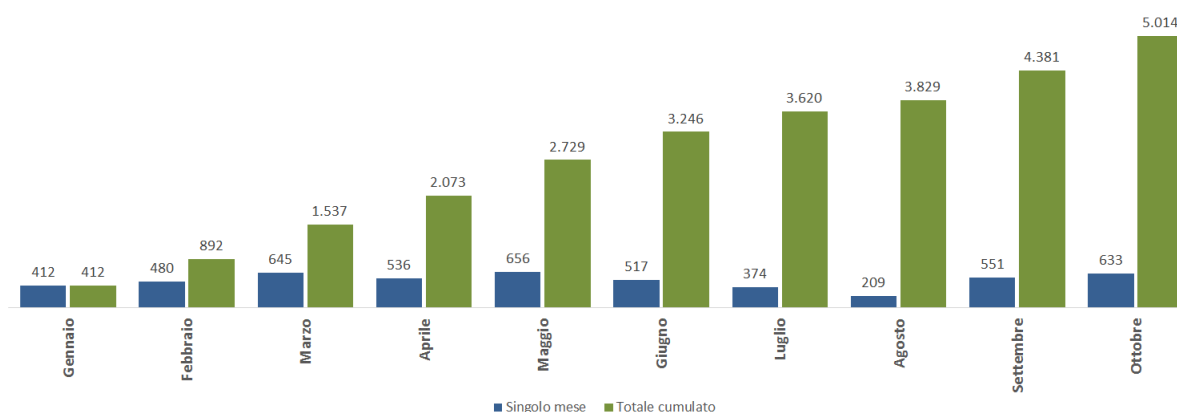


NIELSEN Investimenti pubblicitari: circa 5 miliardi di euro a ottobre 2015 (-1,1%)

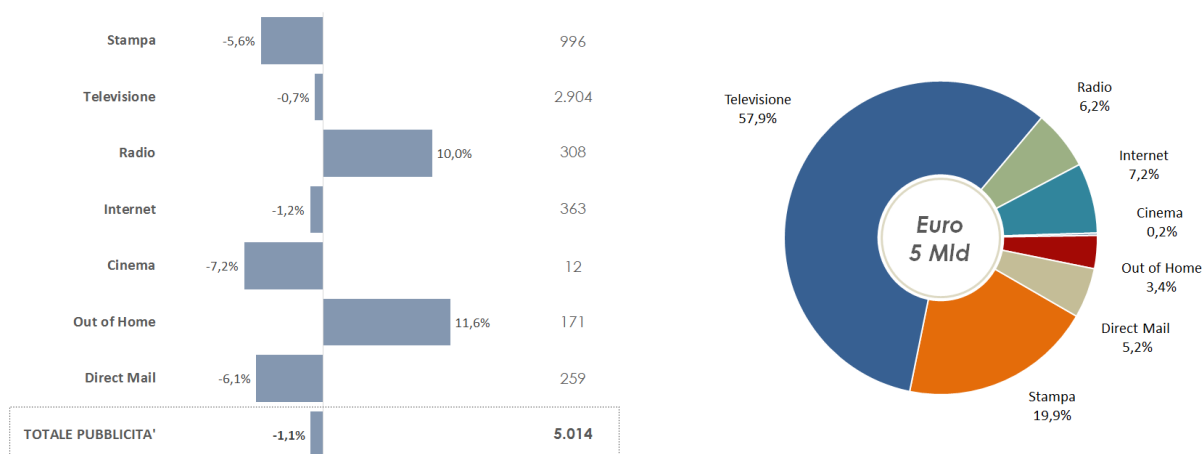
Nielsen ha pubblicato le nuove stime sugli investimenti pubblicitari in Italia relativi al mese di ottobre 2015. L'intero mercato pubblicitario, secondo il perimetro attualmente rilevato dall'istituto, registra nel singolo mese considerato un valore di investimento su tutti i mezzi pari a 633 milioni di euro (+2,3% rispetto ad ottobre 2014) e un totale, per i primi 10 mesi dell'anno, pari a circa 5 miliardi di euro (-1,1% rispetto all'anno scorso). Ottobre conferma pertanto l'andamento stagionale in crescita, dopo la parentesi estiva, con un sensibile miglioramento rispetto al 2014 che dà fiducia ad una chiusura dell'anno in positivo.

Investimenti pubblicitari ottobre 2015 - Totale mezzi (milioni Euro)



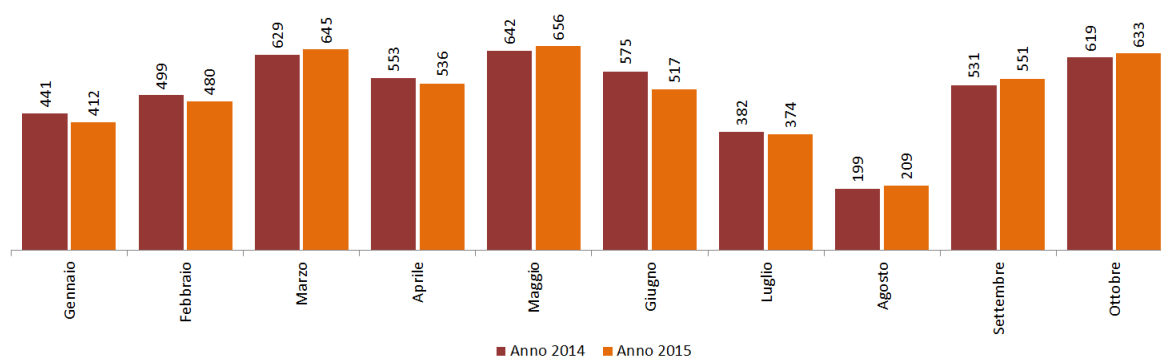
Nei primi 10 mesi dell'anno (gennaio – ottobre 2015), la Televisione raggiunge un valore complessivo di 2,9 miliardi di euro (-0,7% rispetto al 2014) con una quota di mercato pari al 58%, seguita dalla Stampa (Quotidiani e Periodici), sempre più in perdita, con 996 milioni di euro (-5,6% rispetto al 2014) al 20%. La Radio, in ottima forma, raggiunge un totale nel periodo considerato di 308 milioni di euro (+10% rispetto al 2014) mentre Cinema e Direct Mail continuano a perdere terreno. Anche il mondo dell'Out Of Home segna una buona performance in questo periodo (+11,6% rispetto al 2014), grazie soprattutto a Expo 2015.

Investimenti pubblicitari ottobre 2015 - Totale mezzi (gennaio-ottobre) (Variazione per mezzo 2015/14 e Quote 2015)



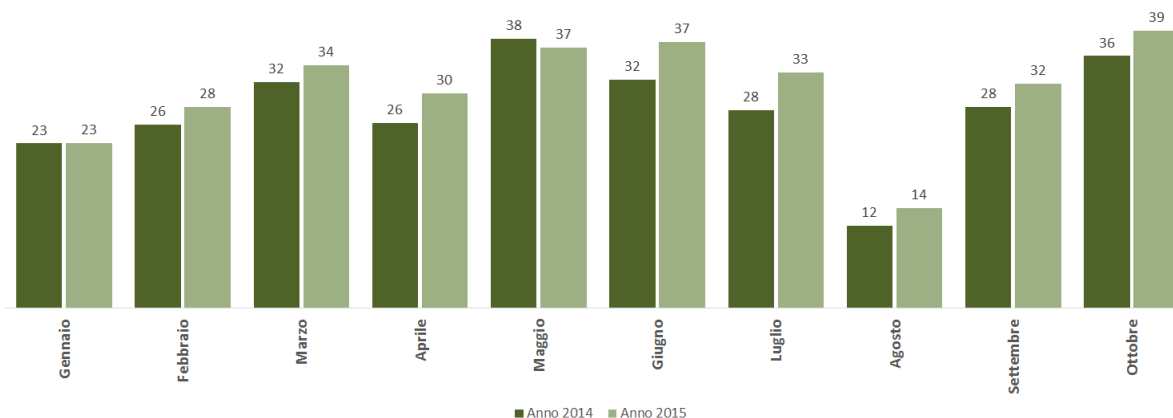
Gli investimenti pubblicitari televisivi, in un confronto con l'anno precedente, hanno trovato nella prima metà dell'anno un maggiore slancio nei mesi di marzo e maggio, e una conferma di crescita più continua a partire dal mese agosto con la ripresa della programmazione autunnale. Nielsen stima che il mezzo televisivo chiuderà l'anno corrente a +0,5%.

Investimenti pubblicitari ottobre 2015: Televisione



La Radio, nonostante lo sviluppo dell'online e delle nuove forme di fruizione, continua a distinguersi per un trend positivo iniziato a gennaio e mantenuto durante tutti i mesi dell'anno, ad esclusione di maggio. Nielsen stima che il mezzo radiofonico chiuderà l'anno corrente a +8,2%.

Investimenti pubblicitari ottobre 2015: Radio



La crescita di Internet

Internet, relativamente al perimetro attualmente monitorato da Nielsen (sono ancora esclusi il Search e il Social), arriva nel mese di ottobre ad un totale di 363 milioni di euro, con un calo del 1,2% rispetto al 2014.

Tuttavia sulla base del perimetro più esteso, che considera l'intero mondo Web (aggiungendo dunque la parte di mercato non monitorata, inclusiva di Google, Facebook e Twitter - stime Nielsen), il digital crescerebbe del +9% nel periodo considerato, e attestandosi a +8,5% a fine anno 2015.

Questo dato, oltre ad indicare il trend inarrestabile dell'online su tutti i mezzi tradizionali, ribalta completamente il valore del totale mercato annuale con una crescita del +1,4%.

Altre stime, IAB Italia in collaborazione con il Politecnico di Milano, confermano questa crescita arrivando un valore complessivo di 2,15 miliardi di euro a fine anno, con un aumento di 202 milioni rispetto al 2014 (+10%).

Anche le previsioni europee di chiusura d'anno elaborate da IAB Europa in collaborazione con l'istituto IHS, evidenziano il trend positivo a due cifre (+10,4%) per un valore complessivo degli investimenti pari a circa 34 miliardi di euro. Il Mobile, con un totale di 1,1 miliardi di euro (+57,7% rispetto il 2014), e il Video con poco più di 1 miliardo di euro (+37,3%), rappresentano le componenti che trainano maggiormente la crescita.