

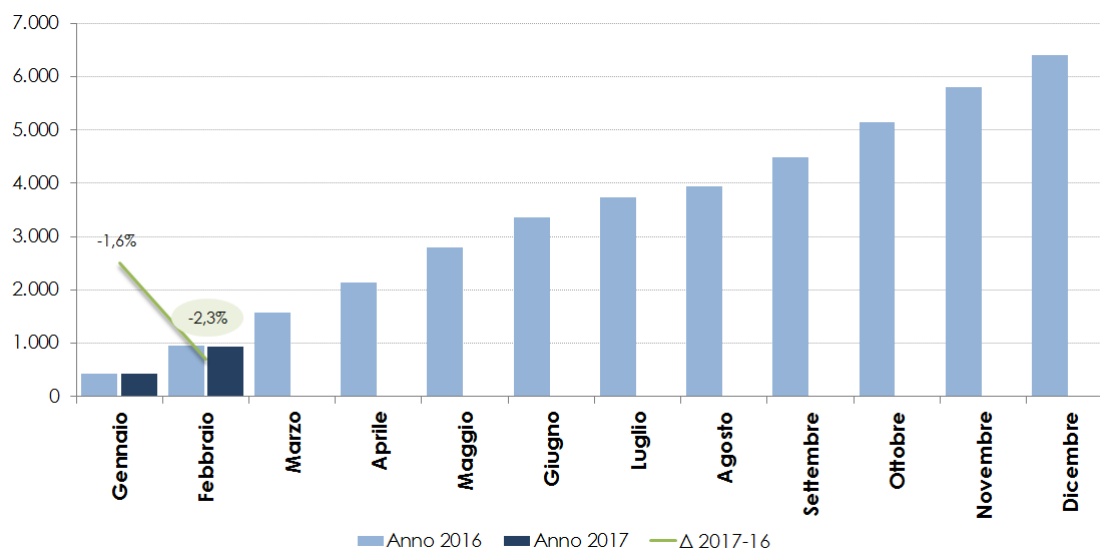
Investimenti pubblicitari NIELSEN: Febbraio 2017. Primo bimestre 658 milioni di euro (-0,5%) per RadioTv.

20 marzo 2017

Il **mercato degli investimenti pubblicitari** nazionali registra nel primo bimestre 2017 un valore complessivo di 929 milioni di euro circa, perdendo 21 milioni circa rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso (-2,3% rispetto a gennaio/febbraio 2016). Il singolo mese di febbraio registra un valore pari a 503 milioni, in calo del 2,8%. Si tratta delle prime stime pubblicate da Nielsen del cosiddetto "perimetro tradizionale" per quanto riguarda l'anno corrente.

ITALIA: investimenti pubblicitari - Totale mezzi

(milioni di Euro; perimetro tradizionale)



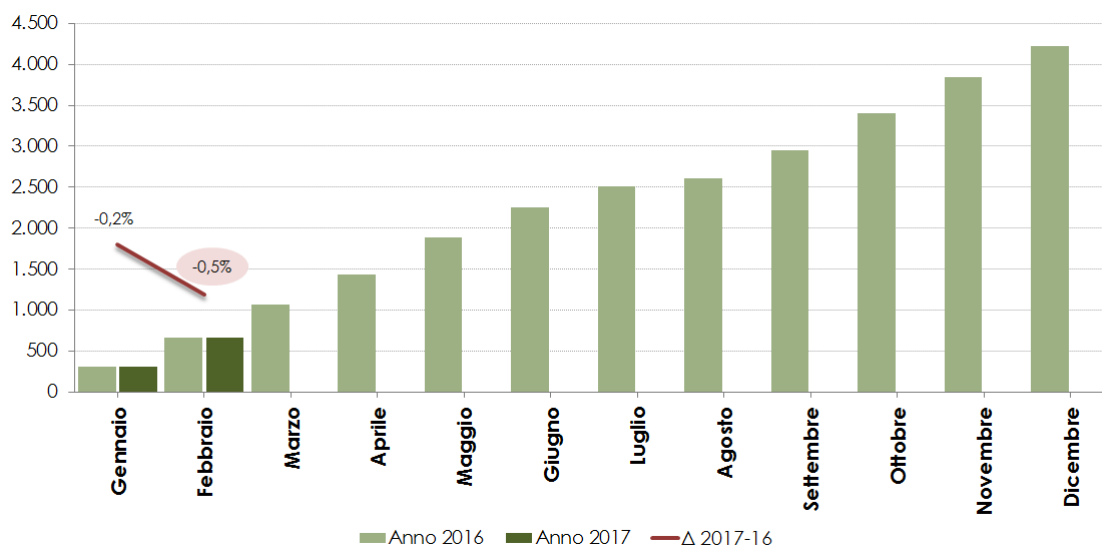
Nota: il perimetro tradizionale monitorato da Nielsen, include i mezzi Stampa (Quotidiani e Periodici), Televisione, Radio, Internet (senza le componenti Search e Social), Cinema, Outdoor, Transit, Out of Home TV e Direct Mail.
Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen

Il valore degli investimenti pubblicitari nazionali relativi invece al "perimetro Nielsen esteso", ossia **includendo principalmente le componenti Search e Social di Internet**, attualmente non pubblicato su base mensile, è pari a **+0,2% rispetto al 2016**.

Secondo l'istituto Nielsen Italia "gli investimenti pubblicitari nel mese di febbraio oscillano tra il negativo e la parità se si considera il perimetro allargato dell'intero universo del web

advertising. Nel 2016 il mese di febbraio ha mostrato la migliore performance, se si esclude il mese di giugno con l'inizio degli Europei di calcio. Al momento le previsioni rimangono positive per la chiusura dell'anno grazie a un recupero che dovrebbe manifestarsi nel secondo semestre".

ITALIA: investimenti pubblicitari - Radio & Televisione (milioni di Euro)



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

Il **settore radiotelevisivo** riesce a contenere la generale flessione di inizio anno meglio degli altri mezzi, registrando un calo pari allo 0,5% con un valore di investimento complessivo che si attesta a 658 milioni di euro. Nel singolo mese di febbraio il settore attrae investimenti per 352 milioni circa (-0,7%).

Nel dettaglio, la **Televisione** supera di poco i 600 milioni di euro nel periodo cumulato con un -0,5% rispetto al 2016 mentre nel solo mese di febbraio registra un valore pari a 323 milioni (-0,5%).

La **Radio** perde terreno a febbraio, annullando la buona partenza del mese precedente. Il mezzo registra un investimento di 53 milioni di euro complessivi (-0,3% rispetto al 2016) nel bimestre, di 29 milioni (-3,4%) nell'ultimo mese.

Internet, relativamente al perimetro tradizionale, mostra una chiusura del periodo gennaio/febbraio di segno negativo pari a -2,9% (60,7 milioni di euro raccolti dai principali operatori in FCP-Assointernet), ma allargando l'analisi al perimetro Nielsen esteso (ovvero incluse le componenti Search e Social), lo stesso periodo chiuderebbe con un +7,2%.

CRTV

Ufficio Studi e Ricerche

vieni a trovarci su



www.confindustriaradiotv.it