

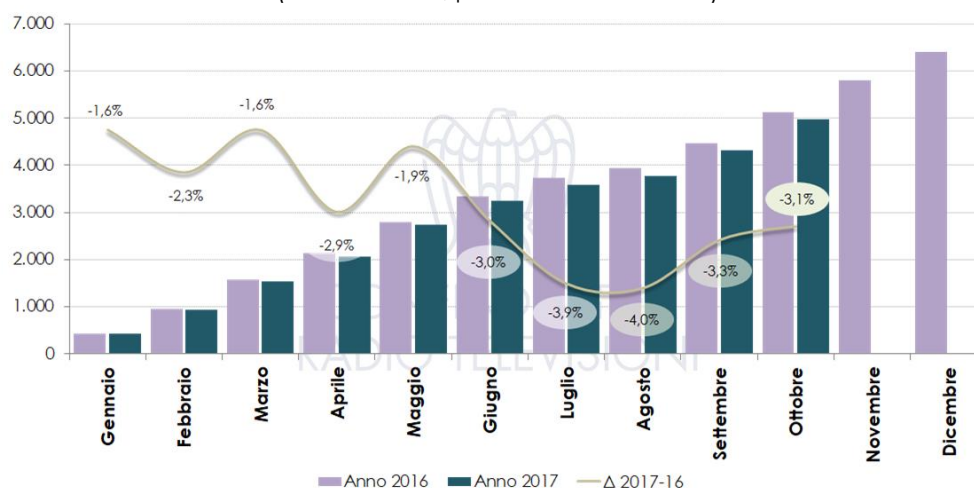
NIELSEN. OTTOBRE 2017: il comparto Radio & TV supera 3,3 miliardi di euro (-2,1% rispetto al 2016)

Il mercato degli investimenti pubblicitari ancora in attesa di una ripresa prevista per gli ultimi mesi dell'anno

Il **mercato degli investimenti pubblicitari** in Italia registra nei primi dieci mesi dell'anno 2017 un valore complessivo di quasi 5 miliardi di euro (perimetro tradizionale Nielsen), con una flessione del 3,1% (-157 milioni di euro) rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. Nel singolo mese di ottobre il dato si attesta a circa 650 milioni di euro con un calo del 1,6% rispetto allo stesso mese nel 2016. 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, calerebbe nei primi dieci mesi di uno 0,4% rispetto al 2016, riducendo la flessione del mercato rilevata all'interno del perimetro tradizionale (-3,1%).

Confronto perimetri: investimenti pubblicitari – Totale mezzi

(YoY su periodo cumulato %)

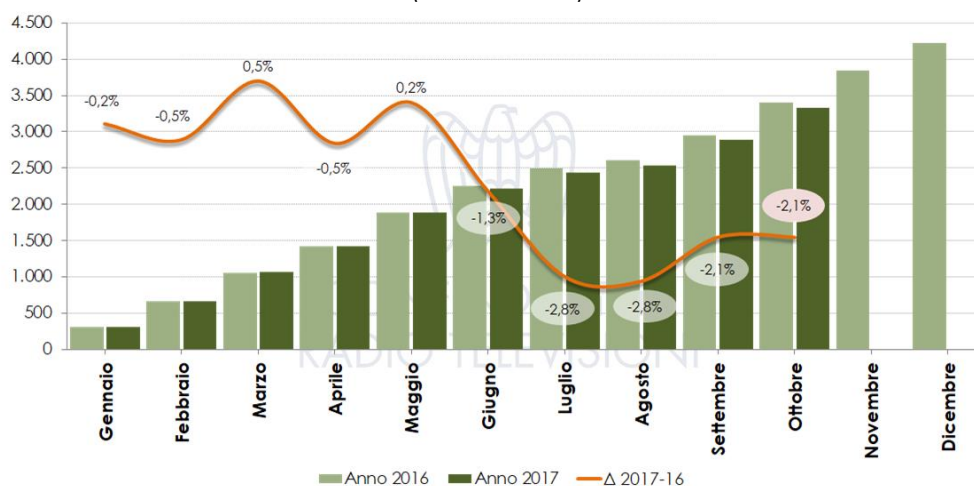
Δ 2016/15	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic
Perimetro tradizionale	-1,6%	-2,3%	-1,6%	-2,9%	-1,9%	-3,0%	-3,9%	-4,0%	-3,3%	-3,1%		
Perimetro esteso	+0,4%	+0,2%	+1,0%	-0,3%	+0,5%	-0,4%	-1,2%	-1,1%	-0,6%	-0,4%		

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

Come riporta la nota dell'istituto Nielsen "il quarto trimestre sarà in crescita, ma la quantificazione della chiusura dipenderà dalla performance degli ultimi due mesi dell'anno. Comunque anche se sotto le aspettative, il periodo autunnale ci conferma una chiusura di anno in terreno positivo. I recenti miglioramenti delle stime negli indicatori macroeconomici posso ben far sperare per il 2018".

ITALIA: investimenti pubblicitari - Radio & Televisione

(milioni di Euro)

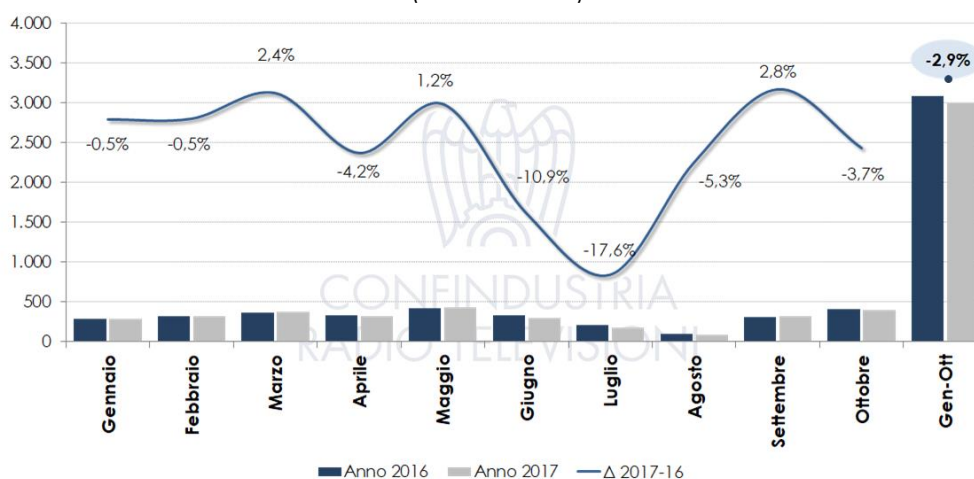


Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen

Il settore radiotelevisivo arriva nei primi dieci mesi del 2017 a un investimento complessivo di poco superiore ai 3,3 miliardi di euro circa, in calo del 2,1% rispetto all'anno scorso. Nel singolo mese il valore si attesta a 441 milioni di euro con una flessione del 2,1%, attenuando il calo dei mesi scorsi. L'intero settore RadioTV risente di un andamento altalenante nel primo semestre che diventa una importante flessione all'inizio del secondo, dovuto soprattutto alla contrazione del mezzo TV. Nel periodo gennaio-ottobre 2017, l'intero settore pesa il 66,8% sul totale mercato pubblicitario nazionale.

ITALIA: investimenti pubblicitari - Televisione

(milioni di Euro)

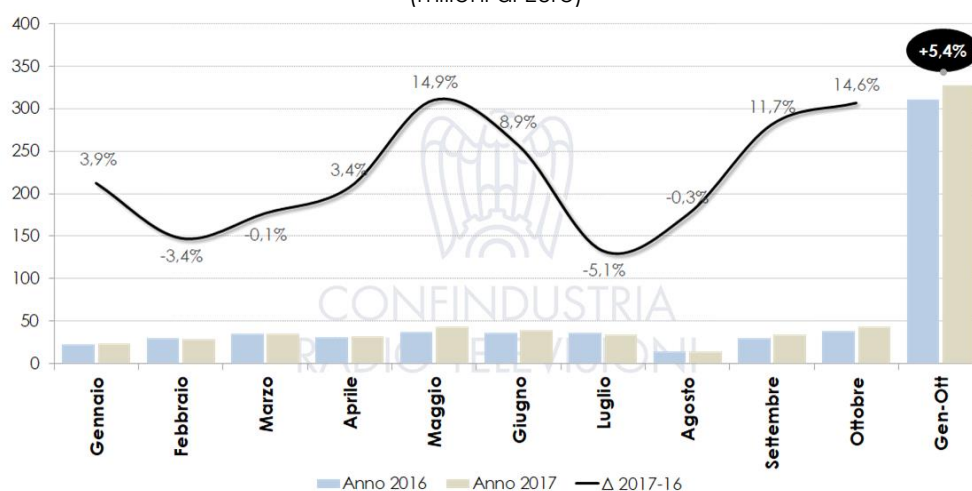


Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen

La **Televisione** continua a soffrire il confronto con l'anno precedente ricco di eventi sportivi di grande attrattiva (Europei di calcio in Francia + Olimpiadi in Brasile), attestandosi a circa 3 miliardi di euro, con una flessione del 2,9% rispetto ai primi dieci mesi del 2016 (89 milioni di euro in meno rispetto al 2016). Nel singolo mese di ottobre il valore degli investimenti è pari a 397 milioni di euro per un calo del 3,7%.

ITALIA: investimenti pubblicitari - Radio

(milioni di Euro)



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

La **Radio**, in recupero dopo la battuta di arresto estiva, registra nel singolo mese di ottobre una importante crescita del 14,6%, per un valore pari a 44 milioni di euro circa. Questo risultato, insieme a quello del mese precedente (+11,7%), conferma il buon momento del mezzo, portando gli investimenti complessivi da inizio dell'anno a 330 milioni di euro, con una crescita del 5,4% (17 milioni di euro in più rispetto al 2016).

Confronto perimetri: investimenti pubblicitari - Internet

(YoY su periodo cumulato %)

Δ 2016/15	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic
Perimetro tradizionale	+3,6%	-2,9%	-2,6%	-1,4%	+0,6%	-1,7%	-1,9%	-1,0%	+0,7%	+0,9%		
Perimetro esteso	+7,1%	+7,2%	+7,9%	+7,3%	+7,4%	+6,8%	+6,6%	+6,9%	+7,2%	+7,4%		

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

Internet, relativamente al perimetro Nielsen tradizionale, registra un incremento dello 0,9% nei primi dieci mesi dell'anno. Allargando il dato al perimetro esteso (aggiungendo le componenti Search e Social), lo stesso periodo chiuderebbe a +7,4%, con un differenziale di crescita del mercato pubblicitario online di 6,5 punti percentuali.