

NIELSEN. NOVEMBRE 2017: bene la Radio (+5,8% nel periodo gen-nov), recupera la TV (+2,7% nel mese corrente)

Come da previsioni, in ripresa il mercato degli investimenti pubblicitari negli ultimi mesi dell'anno

Il mercato degli investimenti pubblicitari in Italia registra nei primi undici mesi dell'anno 2017 un valore complessivo di quasi 5,6 miliardi di euro (perimetro tradizionale Nielsen), con una flessione del 2,6% (-150 milioni di euro) rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. Nel singolo mese di novembre il dato si attesta a circa 665 milioni di euro con una crescita del 1,1% 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, si attesterebbe nei primi undici mesi a 0,0% rispetto al 2016, riducendo la flessione del mercato rilevata all'interno del perimetro tradizionale (-2,6%).

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%	-2,6%	
Perimetro esteso	+0,4%	+0,2%	+1,0%	-0,3%	+0,5%	-0,4%	-1,2%	-1,1%	-0,6%	-0,4%	0,0%	

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

Come riporta la nota dell'istituto Nielsen "a meno di sorprese dell'ultima ora, l'anno chiuderà in positivo con una crescita entro il +1,0%. Si avvia alla conclusione un 2017 caratterizzato da una primavera in sostanziale parità, da una perdita nei due mesi estivi, che si confrontavano con gli eventi sportivi dell'anno precedente, e da un autunno in recupero".

ITALIA: investimenti pubblicitari - Radio & Televisione

(milioni di Euro)



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

Il **settore radiotelevisivo** arriva nei primi undici mesi del 2017 a un valore complessivo di poco superiore ai 3,7 miliardi di euro circa, in calo del 1,5% rispetto all'anno scorso. Nel singolo mese il valore si attesta a 448 milioni di euro con una ripresa del 3,3%, attenuando il calo dei mesi scorsi. Durante l'anno, l'intero settore RadioTV ha risentito di un trend altalenante nel primo semestre, tramutato in flessione all'inizio del secondo per una importante contrazione del mezzo TV. Nel periodo gennaio-novembre 2017, l'intero settore continua a rappresentare i 2/3 del totale mercato pubblicitario nazionale.

ITALIA: investimenti pubblicitari - Televisione

(milioni di Euro)

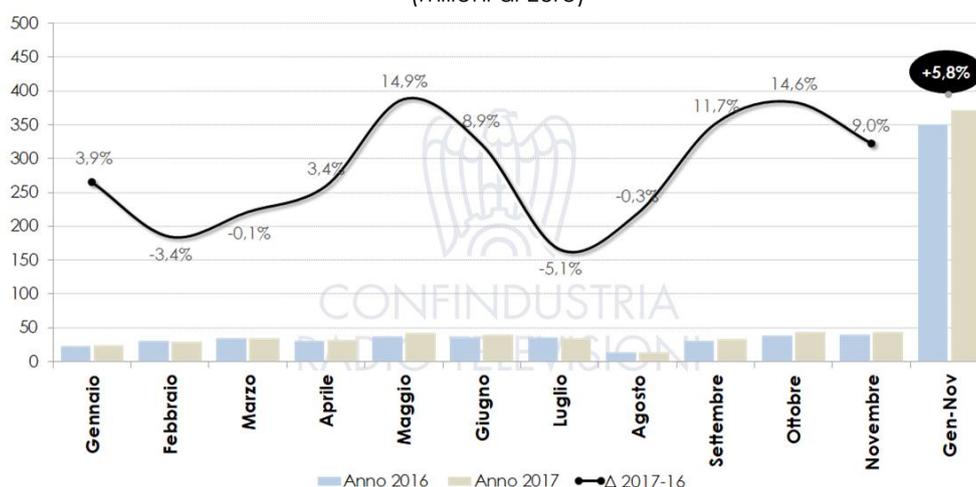


Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen

La **Televisione**, pur continuando a soffrire il confronto con l'anno precedente ricco di eventi sportivi di grande attrattiva (Europei di calcio in Francia + Olimpiadi in Brasile), si attesta a circa 3,4 miliardi di euro, con una flessione del 2,2% rispetto ai primi undici mesi del 2016 (78 milioni di euro in meno rispetto al 2016). Nel singolo mese di novembre tuttavia il valore degli investimenti è pari a 404 milioni di euro con un recupero del 2,7%.

ITALIA: investimenti pubblicitari - Radio

(milioni di Euro)



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

La **Radio**, ripresasi dopo la battuta di arresto estiva, registra nel singolo mese di novembre una importante crescita del 9,0%, per un valore pari a 44 milioni di euro circa. Questo risultato, insieme ai due mesi precedenti, conferma il buon stato di salute del mezzo, portando gli investimenti complessivi da inizio dell'anno a 371 milioni di euro, con una crescita del 5,8% (21 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%	+1,0%	
Perimetro esteso	+7,1%	+7,2%	+7,9%	+7,3%	+7,4%	+6,8%	+6,6%	+6,9%	+7,2%	+7,4%	+7,5%	

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

Internet, relativamente al perimetro Nielsen tradizionale, registra un incremento dell'1,0% nei primi undici mesi dell'anno. Allargando il dato al perimetro esteso (aggiungendo le componenti Search e Social), lo stesso periodo chiuderebbe a +7,5%, con un differenziale di crescita del mercato pubblicitario online di 6,5 punti percentuali.