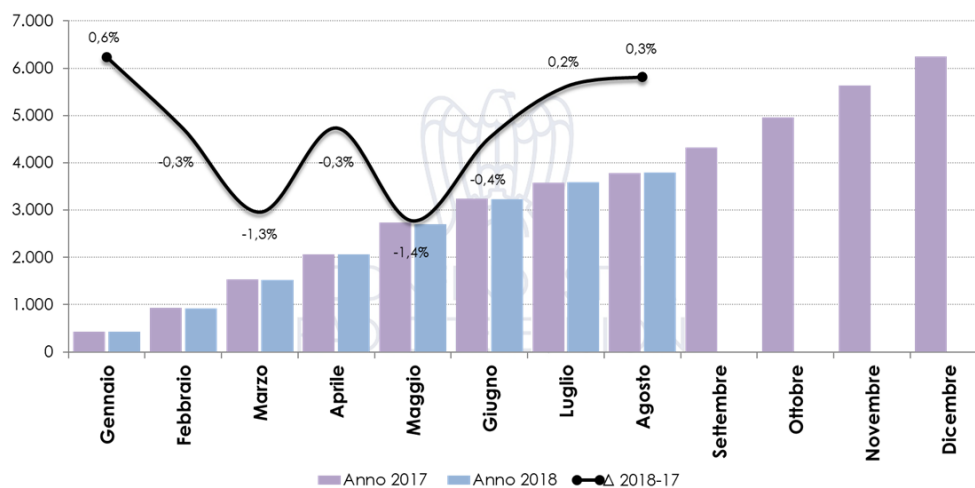


## NIELSEN. Investimenti pubblicitari AGOSTO 2018: Radio & TV si avvicinano a 2,6 miliardi di euro (+2,0%)

Il mercato degli investimenti pubblicitari in Italia registra nei primi otto mesi dell'anno 2018 un valore complessivo di poco inferiore ai 3,8 miliardi di euro, in linea con i valori dello stesso periodo dell'anno scorso (+0,3% tra gennaio-agosto 2017). Nel singolo mese di agosto il dato si attesta a 205 milioni di euro circa con un aumento del +2,4% rispetto allo stesso mese nel 2017 (+5 milioni). 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

Qualora si consideri il perimetro Nielsen esteso (attualmente non pubblicato su base mensile) includendo principalmente le componenti Search e Social di Internet, il valore degli investimenti pubblicitari nazionali aumenta nei primi otto mesi di un +2,5% rispetto al 2017, rafforzando di oltre due punti percentuali l'andamento positivo del mercato.

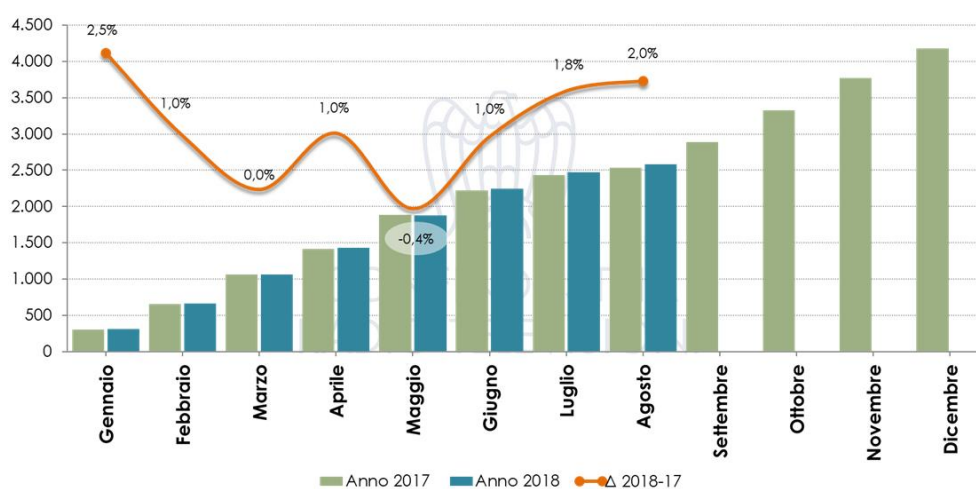
## Confronto perimetri: investimenti pubblicitari – Totale mezzi (YoY su periodo cumulato %)

Δ 2018/17	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic
<b>Perimetro tradizionale</b>	+0,6%	-0,3%	-1,3%	-0,3%	-1,4%	-0,4%	+0,2%	+0,3%				
<b>Perimetro esteso</b>	+2,6%	+1,8%	+1,0%	+1,8%	+0,9%	+1,8%	+2,3%	+2,5%				

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

Come riporta la nota dell'istituto Nielsen "Pur essendo un mese non particolarmente attrattivo per gli investimenti pubblicitari la buona crescita di agosto conferma l'andamento già registrato nei mesi precedenti, grazie a un'onda lunga che si è protratta anche durante l'estate. Se il mercato rimanesse stabile per i restanti quattro mesi, il 2018 si chiuderebbe con una crescita del +1,5% rispetto all'anno precedente. Aspettiamo di vedere il consolidato di settembre come segno determinante per la fine dell'anno, tenendo in considerazione questo dato come indicativo dell'andamento dell'autunno pubblicitario di questo complicato 2018".

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

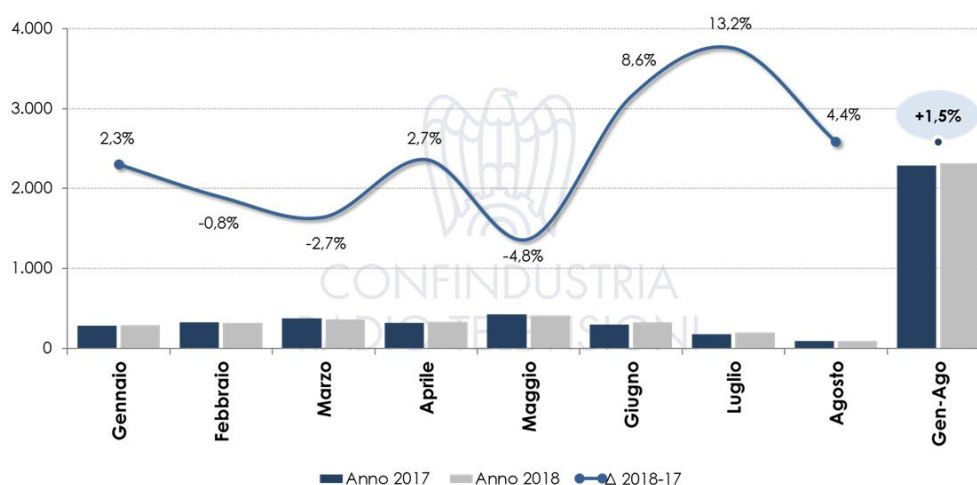


Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen

Il **settore radiotelevisivo** totalizza nei primi otto mesi del 2018 a un investimento complessivo di poco inferiore ai 2,6 miliardi di euro, in crescita del 2,0% rispetto all'anno scorso. Nel singolo mese il valore raggiunge 110 milioni di euro circa con un aumento del 6,3%, terza crescita mensile più significativa di tutto l'anno. L'intero settore RadioTV risente di un andamento altalenante nel primo semestre che diventa positivo nei mesi centrali dell'anno, grazie ai Campionati Mondiali di Calcio (Russia 2018). Nel periodo gennaio-agosto 2018, l'intero settore pesa il 68% sul totale mezzi (67% nel 2017).

## ITALIA: investimenti pubblicitari - Televisione

(milioni di Euro)

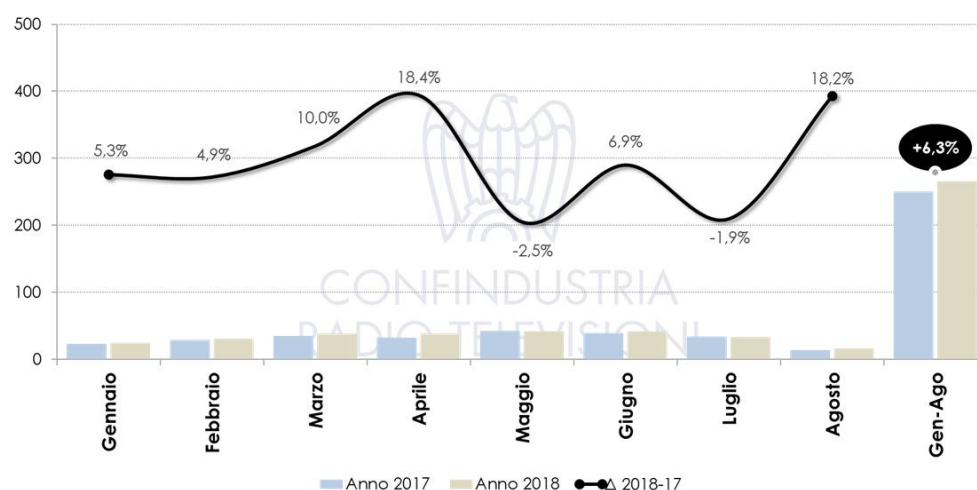


Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen

La **Televisione** continua a registrare un andamento incerto, anche se nettamente meno rilevante rispetto all'anno scorso, attestandosi a oltre 2,3 miliardi di euro, con una crescita dell'1,5% (34 milioni di euro in più rispetto al 2017). Nel singolo mese di agosto il valore degli investimenti è pari a 92 milioni di euro per un aumento del +4,4% (+4 milioni rispetto al 2017).

## ITALIA: investimenti pubblicitari - Radio

(milioni di Euro)



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

La **Radio** registra nel mese di agosto la seconda migliore performance (in aprile ha riportato +18,4%) dopo la battuta d'arresto del mese luglio (-1,9%), confermando la crescita nel periodo cumulato. Nel singolo mese il mezzo aumenta del +18,2%, attestandosi ad un valore di 17 milioni di euro. Questo risultato, dopo un primo semestre

chiuso in leggera flessione, genera un andamento che dall'inizio dell'anno porta gli investimenti complessivi ad un +6,3%, attestandosi a circa 266 milioni di euro.

### Confronto perimetri: investimenti pubblicitari – Internet

(YoY su periodo cumulato %)

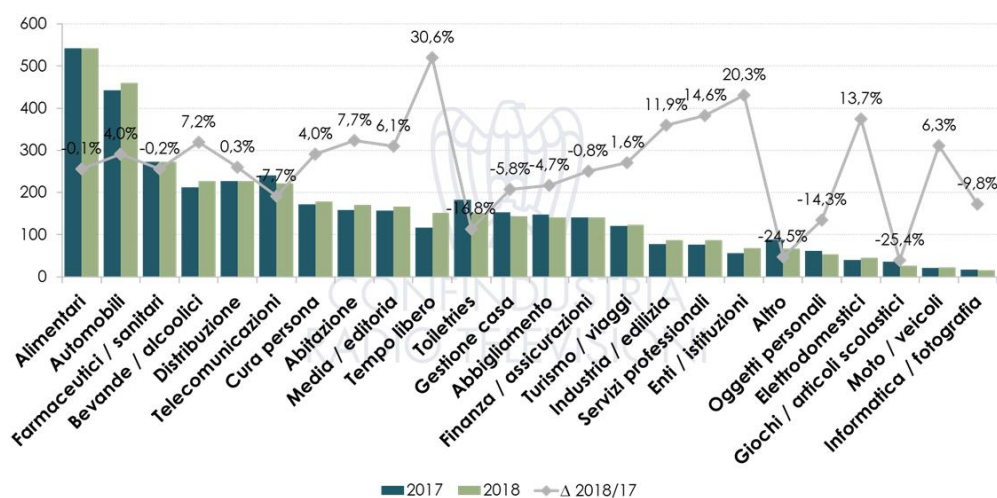
Δ 2017/18	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic
<b>Perimetro tradizionale</b>	-3,2%	+2,6%	+2,5%	+3,8%	+2,1%	+3,3%	+4,8%	+4,3%				
<b>Perimetro esteso</b>	+7,3%	+7,8%	+7,7%	+7,8%	+7,6%	+7,9%	+8,3%	+8,3%				

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

**Internet**, relativamente al perimetro tradizionale, registra un aumento del +4,3% nei primi otto mesi. Allargando il dato al perimetro Nielsen esteso (inclusivo delle componenti Search e Social), lo stesso periodo chiuderebbe a +8,3%, con un differenziale di crescita di 4 punti percentuali.

### ITALIA: investimenti pubblicitari - Settori Merceologici

(milioni di Euro; perimetro tradizionale)



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

L'analisi dei **settori merceologici** evidenzia nel periodo gennaio – agosto, la crescita di 13 comparti su 21: in primis “tempo libero” (+30,6%), “enti e istituzioni” (+20,3%), “servizi professionali” (+14,6%), “elettrodomestici” (+13,7%), “industria/edilizia/attività” (11,9%). Relativamente all'andamento del singolo mese, buone le performance per “media/editoria” (+6,1%) e “abitazione” (+7,7%).

I primi cinque comparti rappresentano quasi il 50% del totale mercato pubblicitario: “alimentari” e “automobili” confermano le prime posizioni, con una quota, rispettivamente, del 14,3% e 12,2%.

**Tabella NIELSEN – Stima del mercato pubblicitario (Agosto 2018)**

	Gen / Ago 2017	Gen / Ago 2018	Δ 2018/17
<b>Quotidiani</b>	387,120	365,204	-5,7%
<b>Periodici</b>	259,119	237,292	-8,4%
<b>Televisione</b>	2.283,596	2.318,006	+1,5%
<b>Radio</b>	250,234	265,908	+6,3%
<b>TV + Radio</b>	<b>2.533,830</b>	<b>2.583,914</b>	<b>+2,0%</b>
<b>Internet</b>	270,790	282,333	+4,3%
<b>Cinema</b>	7,805	9,380	+20,2%
<b>Outdoor</b>	46,496	41,123	-11,6%
<b>Transit</b>	81,203	90,595	11,6%
<b>Go TV</b>	10,868	12,391	14,0%
<b>Direct Mail</b>	180,755	167,990	-7,1%
<b>TOTALE PUBBLICITA'</b>	<b>3.777,989</b>	<b>3.790,221</b>	<b>+0,3%</b>