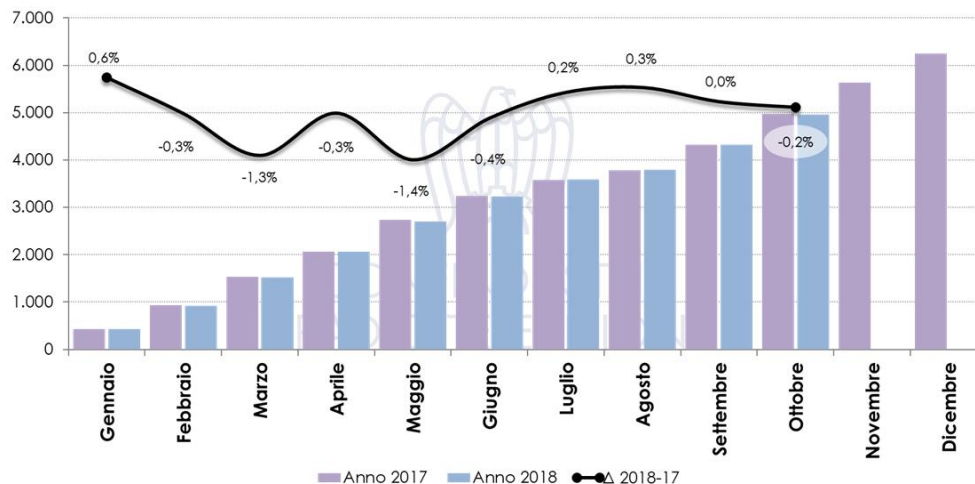


NIELSEN. Investimenti pubblicitari OTTOBRE 2018: Radio & TV superano i 3,3 miliardi di euro (+1,3%)

Il **mercato degli investimenti pubblicitari** in Italia registra nei primi dieci mesi dell'anno 2018 un valore complessivo di poco inferiore ai 5 miliardi di euro, in lieve calo rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. Nel singolo mese di ottobre il dato si attesta a 640 milioni di euro circa con una flessione del 1,1% rispetto allo stesso mese nel 2017 (-7 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 dieci mesi di 2,1% rispetto al 2017, rafforzando di due punti percentuali l'andamento positivo del mercato.

Confronto perimetri: investimenti pubblicitari – Totale mezzi

(YoY su periodo cumulato %)

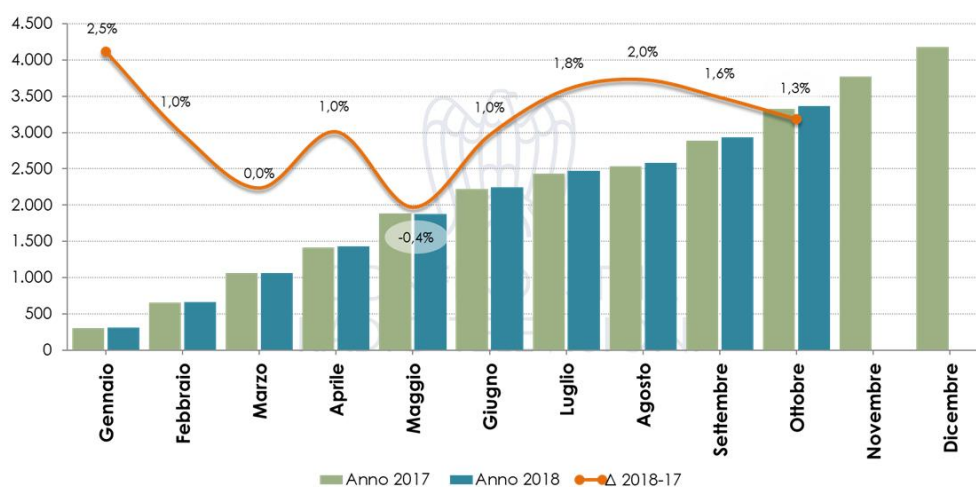
Δ 2018/17	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic
Perimetro tradizionale	+0,6%	-0,3%	-1,3%	-0,3%	-1,4%	-0,4%	+0,2%	+0,3%	0,0%	-0,2%		
Perimetro esteso	+2,6%	+1,8%	+1,0%	+1,8%	+0,9%	+1,8%	+2,3%	+2,5%	+2,3%	+2,1%		

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

Come riporta la nota dell'istituto Nielsen "il mese di ottobre si chiude in leggera crescita, sul mercato complessivo, con una sostanziale tenuta degli investimenti, in un contesto generale caratterizzato dal clima di incertezza economica dovuto al braccio di ferro dell'Italia con la UE. Se l'andamento degli ultimi due mesi dell'anno fosse in parità, la raccolta pubblicitaria per l'anno 2018 chiuderebbe con una crescita del +1,7% (perimetro Nielsen esteso). Ad oggi non si vedono segnali che possano smentire questo tipo di previsioni".

ITALIA: investimenti pubblicitari - Radio & Televisione

(milioni di Euro)



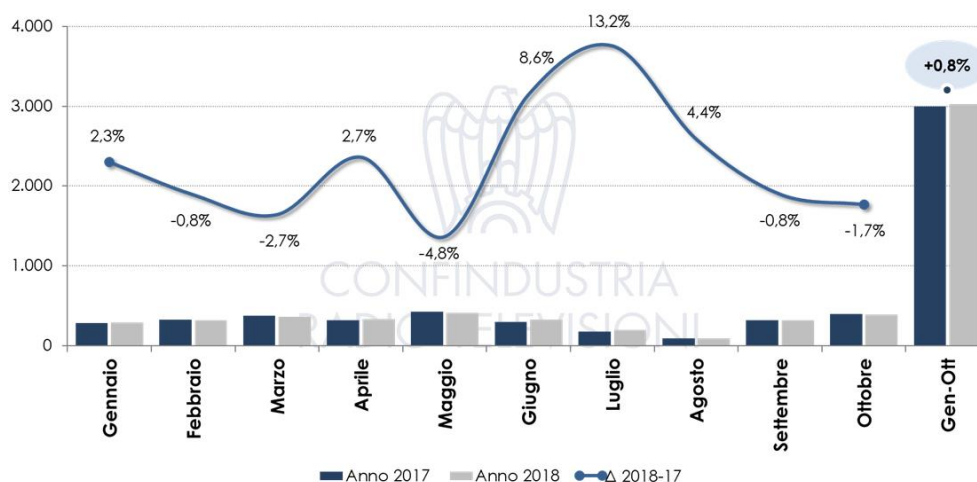
Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen

Il **settore radiotelevisivo** totalizza nei primi dieci mesi del 2018 un investimento complessivo superiore ai 3,3 miliardi di euro, in crescita del 1,3% rispetto all'anno scorso. Nel singolo mese il valore raggiunge 435 milioni di euro circa con un calo dello 1,4%, dovuto principalmente, come vedremo, alla Televisione.

L'intero settore RadioTV risente di un andamento altalenante nella prima metà dell'anno che si stabilizza positivamente dopo i mesi estivi, grazie ai Campionati Mondiali di Calcio (Russia 2018). Nel periodo gennaio-ottobre 2018, l'intero settore pesa il 68% sul totale mezzi (67% nel 2017).

ITALIA: investimenti pubblicitari - Televisione

(milioni di Euro)

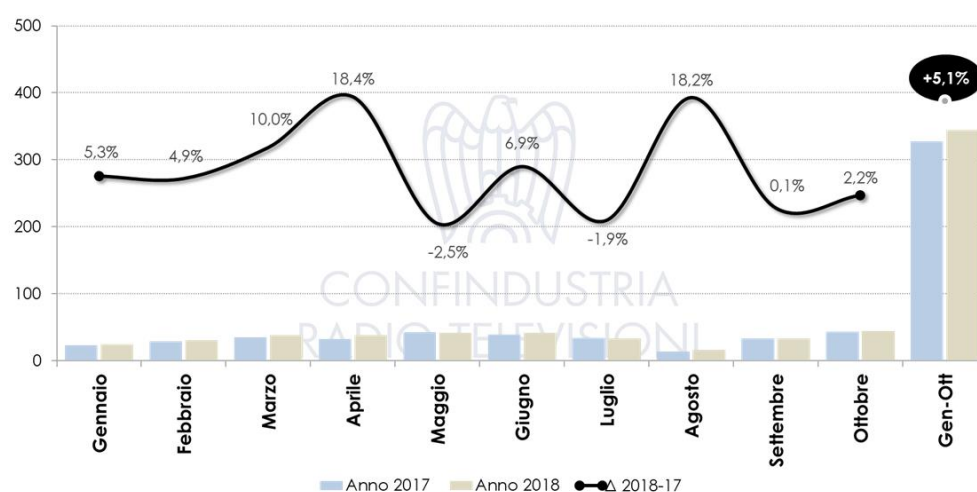


Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen

La **Televisione** continua a registrare un andamento incerto, anche se nettamente meno rilevante rispetto all'anno scorso, attestandosi a oltre 3 miliardi di euro, con una crescita dello 0,8% (25 milioni di euro in più rispetto al 2017). Nel singolo mese di ottobre il valore degli investimenti è pari a 390 milioni di euro per una lieve flessione del 1,7% (-7 milioni rispetto al 2017). L'anno pari, caratterizzato dai Mondiali di Calcio (Russia 2018), ha sostenuto in maniera consistente gli investimenti del mezzo.

ITALIA: investimenti pubblicitari - Radio

(milioni di Euro)



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

Dopo il brusco rallentamento di inizio stagione, la **Radio** torna a crescere nel mese di ottobre (+2,2%), riprendendo quota in area positiva. Nel singolo mese il mezzo aumenta, infatti, del 2,2%, attestandosi ad un valore di 44,5 milioni di euro. Questo risultato conferma il trend altalenante anche della radio, soprattutto nei mesi centrali dell'anno,

che porta gli investimenti nel lungo periodo ad un complessivo +5,1%, attestandosi a circa 344 milioni di euro.

Confronto perimetri: investimenti pubblicitari – Internet

(YoY su periodo cumulato %)

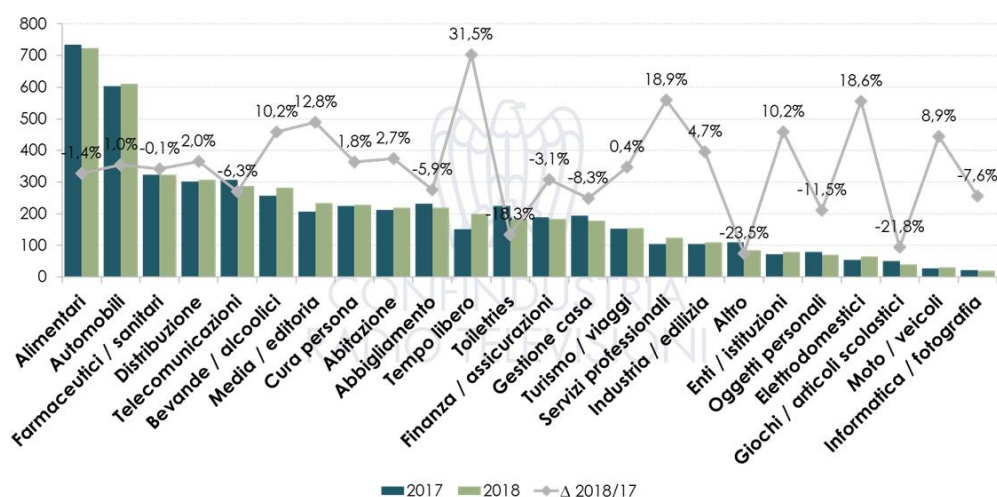
Δ 2017/18	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic
Perimetro tradizionale	-3,2%	+2,6%	+2,5%	+3,8%	+2,1%	+3,3%	+4,8%	+4,3%	+4,0%	+4,3%		
Perimetro esteso	+7,3%	+7,8%	+7,7%	+7,8%	+7,6%	+7,9%	+8,3%	+8,3%	+8,3%	+8,2%		

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

Internet, relativamente al perimetro tradizionale, registra un aumento del 4,3% nei primi dieci mesi. Allargando il dato al perimetro Nielsen esteso (inclusivo delle componenti Search e Social), lo stesso periodo chiuderebbe a +8,2%, con un differenziale di crescita di 4 punti percentuali circa.

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 - ottobre, la crescita di 13 comparti su 24, con un apporto di 147 milioni di euro circa: in primis "Tempo libero" (+31,5%), "Servizi professionali" (+18,9%), "Elettrodomestici" (+18,6%), "Media/editoria" (+12,8%), "Bevande/alcolici" (+10,2%). Relativamente all'andamento del singolo mese, buone le performance per "Industria / edilizia" (+21,1%) e "Cura persona" (+10,5%).

I primi cinque comparti (Alimentari, Automobili, Farmaceutici/sanitari, Distribuzione, Bevande/Alcolici) rappresentano il 45,5% del totale mercato pubblicitario: "Alimentari" e "Automobili" confermano le prime posizioni, con una quota, rispettivamente, del 14,6% e 12,3%.

Tabella NIELSEN – Stima del mercato pubblicitario (Ottobre 2018)

	Gen / Ott 2017	Gen / Ott 2018	Δ 2018/17
Quotidiani	504,081	476,452	-5,5%
Periodici	346,358	316,079	-8,7%
Televisione	2.999,359	3.024,316	+0,8%
Radio	327,432	344,085	+5,1%
TV + Radio	3.326,791	3.368,401	+1,3%
Internet	355,172	370,360	+4,3%
Cinema	11,438	12,785	+11,8%
Outdoor	62,517	55,938	-10,5%
Transit	107,699	121,821	+13,1%
Go TV	13,864	16,060	+15,8%
Direct Mail	239,437	221,848	-7,3%
TOTALE PUBBLICITA'	4.967,358	4.959,744	-0,2%