

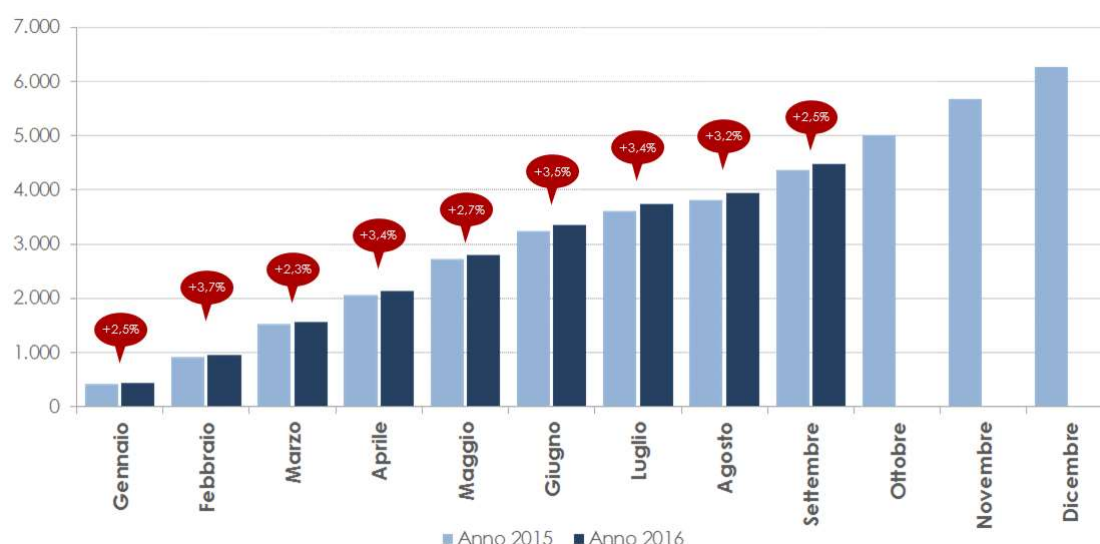
3 miliardi (+6,4%): gli investimenti pubblicitari di Tv e Radio a settembre 2016

18-11-2016

Il **mercato degli investimenti pubblicitari** in Italia registra nei nove mesi del 2016 un valore complessivo di quasi 4,5 miliardi di euro (perimetro tradizionale Nielsen), con una crescita del +2,5% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso (+110 milioni di euro). Nel singolo mese di settembre il dato si attesta a 536 milioni di euro circa con un calo del 2,3% rispetto allo stesso mese nel 2015. 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 del "perimetro Nielsen esteso", ossia **includendo principalmente le componenti Search e Social di Internet**, attualmente non pubblicato su base mensile, sale nei nove mesi dell'anno a **+4,3% rispetto al 2015**.

Confronto perimetri: investimenti pubblicitari - Totale mezzi

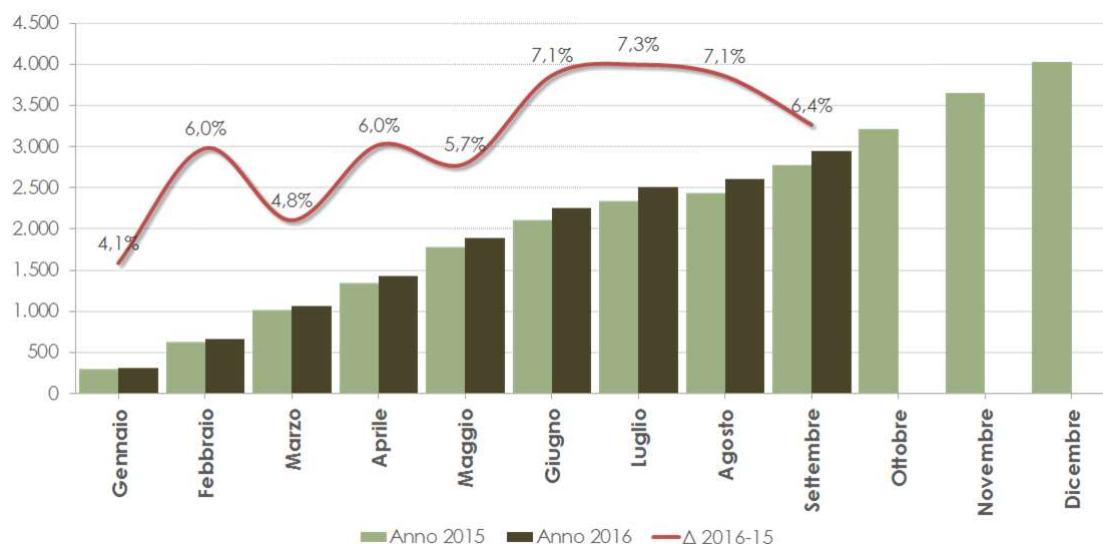
Δ 2016/15	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set
Perimetro tradizionale	+2,5%	+3,7%	+2,3%	+3,4%	+2,7%	+3,5%	+3,4%	+3,2%	+2,5%
Perimetro esteso	+3,5%	+4,6%	+3,8%	+4,8%	+4,3%	+5,1%	+5,0%	+4,8%	+4,3%

Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen + FCP- AssolInternet. Incrementi YoY su periodo cumulato.

Secondo l'istituto Nielsen Italia "i prossimi mesi dovrebbero chiudersi in linea con lo stesso periodo o in leggero calo rispetto al 2015, confermando comunque un complessivo 2016 in area decisamente positiva". Secondo Lorenzo Sassoli, presidente di Upa, gli investimenti sul totale mezzi dovrebbero chiudersi a fine anno sopra il 3%.

ITALIA: investimenti pubblicitari - Radio & Televisione

(milioni di Euro)

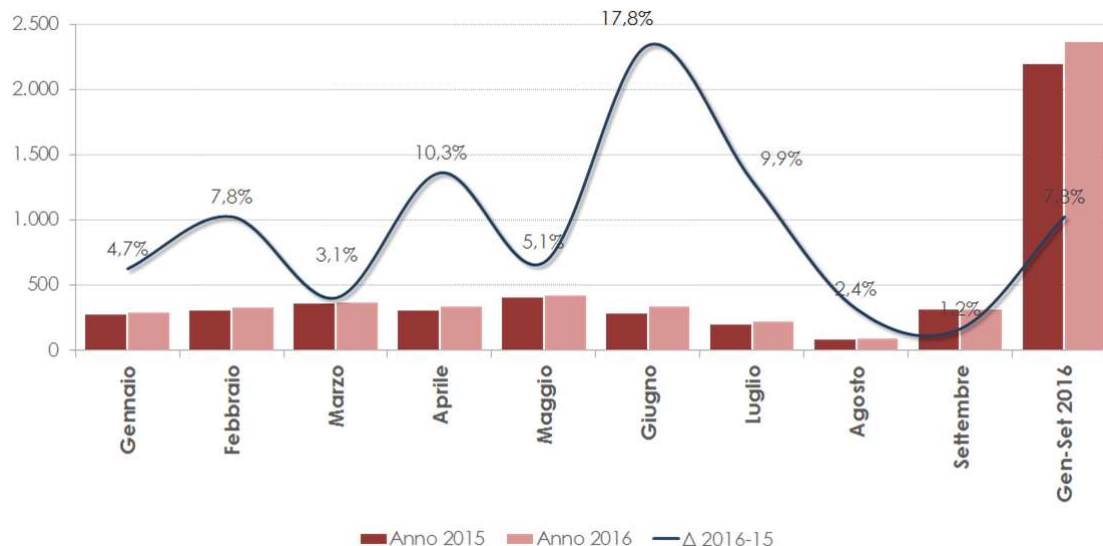


Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen

Il **settore radiotelevisivo** cresce complessivamente del +6,4% rispetto all'anno scorso arrivando nei nove mesi del 2016 a un investimento complessivo di quasi 3 miliardi di euro (+176 milioni circa in più rispetto allo stesso periodo del 2015). Se i prossimi mesi si mantengono in linea con il 2015, l'andamento sino a qui registrato promette una chiusura dell'anno dell'intero settore ampiamente sopra ai 4 miliardi circa (stima di crescita +4%).

ITALIA: investimenti pubblicitari - Televisione

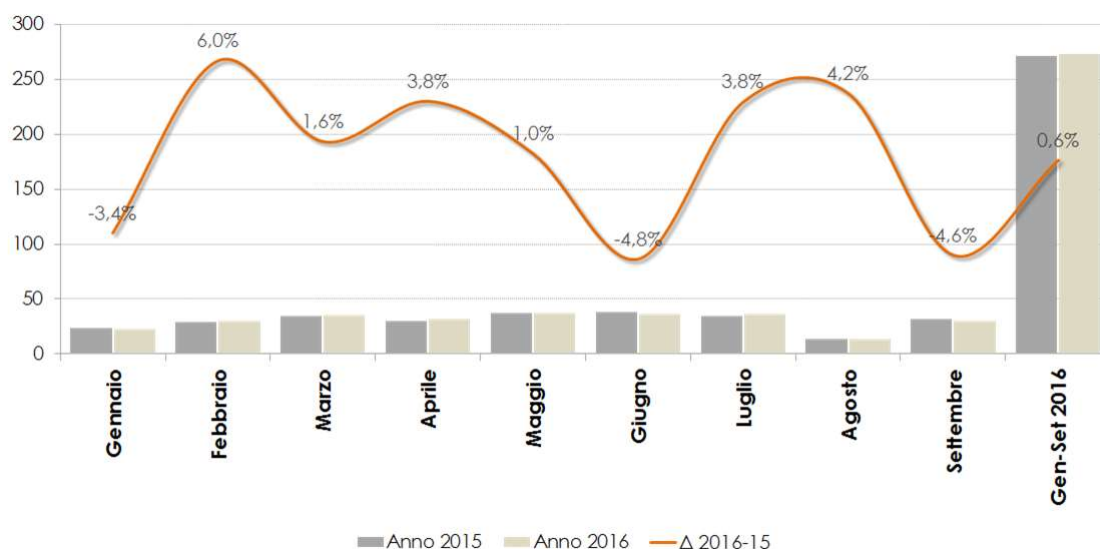
(milioni di Euro)



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

La **Televisione** continua a trainare il mercato, dopo gli eventi sportivi avvenuti durante l'estate, attestandosi a oltre 2,6 miliardi di euro con un +7% rispetto ai nove mesi del 2015 (+175 milioni di euro rispetto al 2015). Nel singolo mese di settembre il valore degli investimenti si è attestato a 312 milioni di euro per una crescita del +1,2% (+3,8 milioni di euro rispetto al 2015).

ITALIA: investimenti pubblicitari - Radio (milioni di Euro)



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

La **Radio** continua la sua buona performance annuale, nonostante il rallentamento autunnale, con una crescita nello stesso periodo del +0,6% superando 270 milioni di euro circa (+1,6 milioni di euro rispetto al 2015). Nel singolo mese di settembre il valore degli investimenti radiofonici si è attestato a 30 milioni di euro con una contrazione del -4,6%.

Confronto perimetri: investimenti pubblicitari - Internet

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

Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen + FCP- AssolInternet. Incrementi YoY su periodo cumulato

Internet, relativamente al perimetro tradizionale, registra un decremento del -2,2% nel periodo gennaio-settembre che nel solo mese di settembre è pari a -6,3%, ma allargando il dato al perimetro Nielsen esteso (aggiungendo le componenti Search e Social), i nove mesi del 2016 chiuderebbero con un +8,1%.

CRTV - Studi e Ricerche

Andrea Veronese

andrea.veronese@confindustrialradiotv.it

06.93562113

Elena Cappuccio

elena.cappuccio@confindustrialradiotv.it

06.93562122