

Investimenti pubblicitari in ITALIA: Maggio 2021

Mercato in forte ripresa

(elaborazioni su dati Nielsen Italia)



Ufficio Studi e Ricerche

CONFINDUSTRIA RADIO TELEVISIONI

Investimenti pubblicitari ITALIA: Maggio 2021

- **TOTALE MEZZI.** Il mercato degli investimenti pubblicitari in Italia registra nei primi cinque mesi dell'anno un valore complessivo di circa 2,29 miliardi di euro, con un incremento del 23,7% (+439 milioni di euro) rispetto ai valori dello stesso periodo dell'anno scorso ("perimetro Nielsen tradizionale"). A maggio il dato si attesta a 566 milioni di euro circa con una importante crescita a doppia cifra: +76,5% rispetto ai valori dello stesso mese nel 2020 (+245 milioni). Includendo le componenti Search, Social e Classified di Internet e dei cosiddetti Over The Top, il valore degli investimenti pubblicitari nazionali ("perimetro Nielsen esteso") chiude il periodo gennaio-maggio in positivo, +23,8% rispetto al 2020. Questa differenza si traduce in un valore totale del mercato pubblicitario ITALIA, in termini di perimetro "esteso", che supera la soglia dei 3,5 miliardi di euro, una differenza con quello "tradizionale" di oltre un miliardo di euro. Nonostante la crescita degli ultimi due mesi, il mercato rimane ancora al di sotto dei valori pre-pandemici (2019);
- **RADIOTV.** Il settore radiotelevisivo totalizza nel periodo considerato un investimento complessivo di circa 1,75 miliardi di euro, in crescita del 29,7% rispetto all'anno scorso (1,35 miliardi di euro nel 2020). Nel singolo mese di maggio il valore degli investimenti sul settore radiotv registra 435 milioni di euro circa con un incremento del 83,2% (+197 milioni circa);
- **TELEVISIONE.** La Televisione, dopo la ripresa a partire dal mese di marzo, conferma anch'essa un'importante crescita a doppia cifra che la fa avvicinare ai valori pre-pandemici del 2019 (differenza di 26 milioni circa). Nel singolo mese di maggio, il mezzo registra un incremento del 79,1% (pari a 176 milioni di euro), portando il periodo gennaio-maggio al di sopra di 1,6 miliardi di euro con una crescita cumulata del 30,4% (+370 milioni di euro circa rispetto al 2020). Mediaset totalizza una raccolta di 892,4 milioni (+34,0%), Rai 339,5 milioni di euro (+20,1%), Sky Italia-Comcast 205,4 milioni (+38,5%), Discovery Italia 103,6 milioni (+31,6%) e La7-Cairo 74,9 milioni (+18,0%);
- **RADIO.** Anche la Radio continua a crescere nel mese di maggio in maniera importante mostrando la forza degli anni passati, anche se il mezzo non può essere confrontato perfettamente con i valori registrati nella primavera 2020. Nel singolo mese pertanto il mezzo cresce del 148% rispetto al 2020 attestandosi ad un valore di 35 milioni di euro circa, portando gli investimenti complessivi del periodo considerato a 133 milioni circa (+22,1% rispetto al 2020). Una differenza di ancora 46 milioni di euro rispetto ai valori pre-pandemici del 2019;
- **DIGITAL.** Internet, relativamente al perimetro rilevato da FCP-AssolInternet, registra un incremento del 27,2% nei primi cinque mesi, attestandosi a 182 milioni di euro circa. Allargando il dato al perimetro stimato da Nielsen (inclusivo delle componenti Search, Social e Classified e dei cosiddetti Over The Top), il mezzo chiude a 1,45 miliardi di euro circa, con un incremento del 24,3%. Si ricorda che la differenza dei due perimetri (FCP AssolInternet e TOTAL Digital Nielsen, ossia inclusivo delle componenti Classified, Search e Social), pari a circa 1,3 miliardi di euro è riferibile alla raccolta degli operatori globali (OTT) sul territorio nazionale (7x rispetto alla raccolta nazionale di FCP AssolInternet). Nel periodo gennaio-maggio 2021, circa l'87% del valore degli investimenti pubblicitari online (stima Digital Nielsen) può essere riferibile a tali operatori globali, principalmente Google, Facebook e Amazon. Il mezzo nella sua dimensione TOTAL Digital risulta cumulare una quota di mercato sul perimetro esteso pari al 40,7%, la Televisione insieme alla Radio una quota del 49,2%;
- **SETTORI MERCEOLOGICI.** Nel mese di maggio tutti i comparti sono in crescita ad eccezione dei *Servizi professionali* (-6,0%). Sempre particolarmente positivi gli *Elettrodomestici* (+251,1%) e *Informatica/fotografia* (+92,4%). Relativamente ai settori con una maggiore quota di mercato, *Automobili* registra +30,9%, *Distribuzione* +55,8% e *Telecomunicazioni* 27,3%. Nel periodo considerato, i primi cinque comparti (*Alimentari, Automobili, Farmaceutici/sanitari, Distribuzione, Telecomunicazioni*) rappresentano il 50,2% del totale mercato pubblicitario coprendo un valore di circa 1,15 miliardi di euro: *Alimentari* e *Automobili* confermano le prime posizioni, con una quota, rispettivamente, del 15,6% e 11,4%.

Investimenti pubblicitari ITALIA: nota metodologica

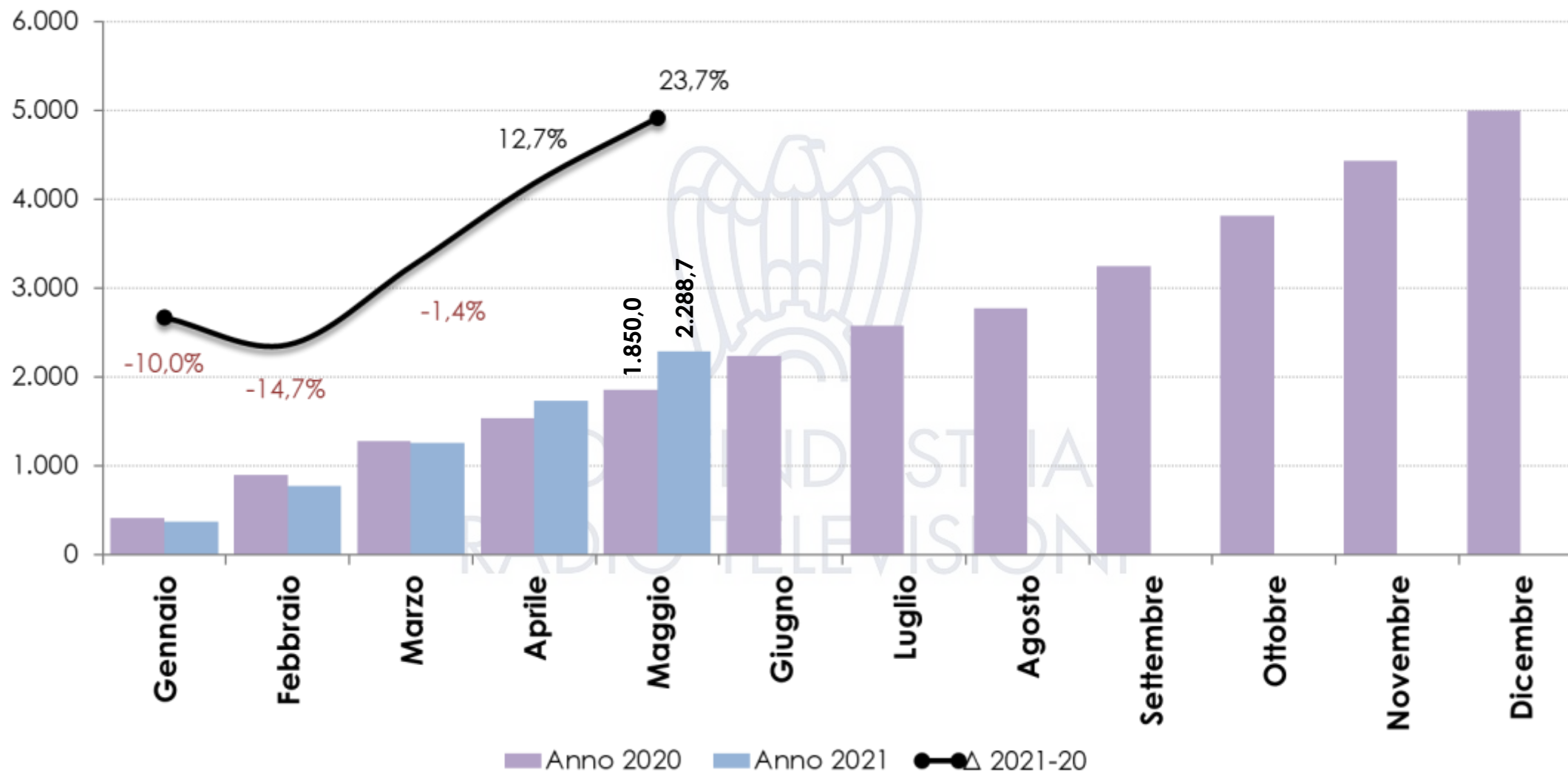
mercato misurato

Perimetro tradizionale
Quotidiani
▪ FCP-AssoQuotidiani
Periodici
▪ FCP-AssoPeriodici
Televisione
Radio
▪ FCP-AssoRadio
Internet
▪ FCP-AssolInternet
Cinema
Outdoor
▪ FCP-Audioutdoor
Transit
GO Tv
Direct mail

Perimetro esteso

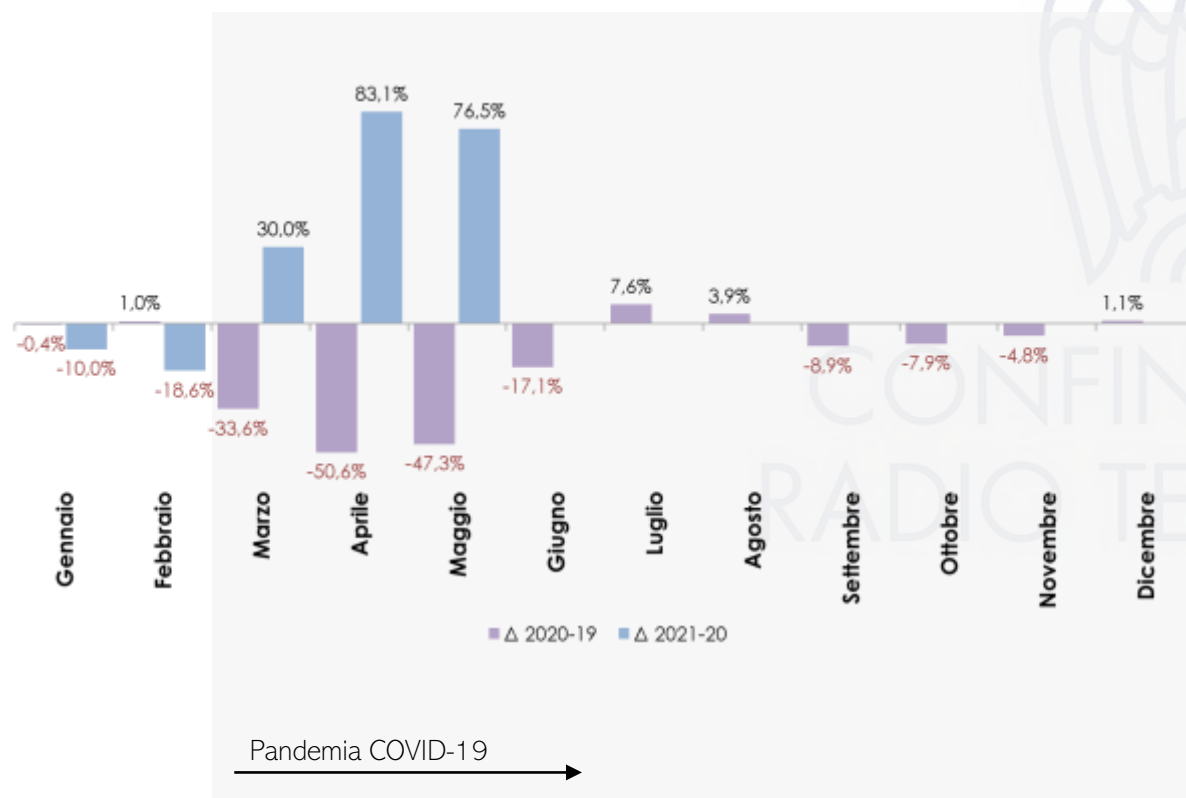
Quotidiani
▪ FCP-AssoQuotidiani
Periodici
▪ FCP-AssoPeriodici
Televisione
Radio
▪ FCP-AssoRadio
Total DIGITAL
▪ FCP-AssolInternet
▪ Stime Nielsen Digital (Search, Social, Classified, OTT)
Cinema
Outdoor
▪ FCP-Audioutdoor
Transit
GO Tv
Direct mail

mercato stimato



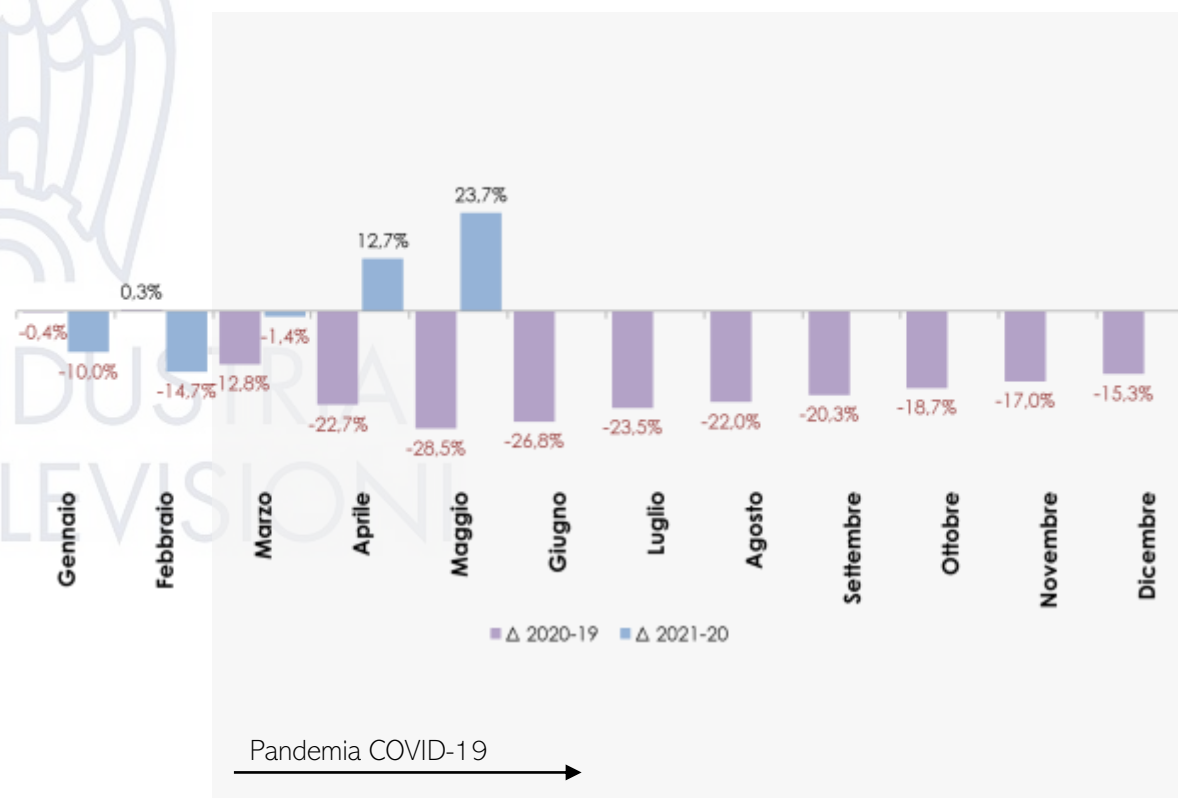
Singolo mese (Maggio)

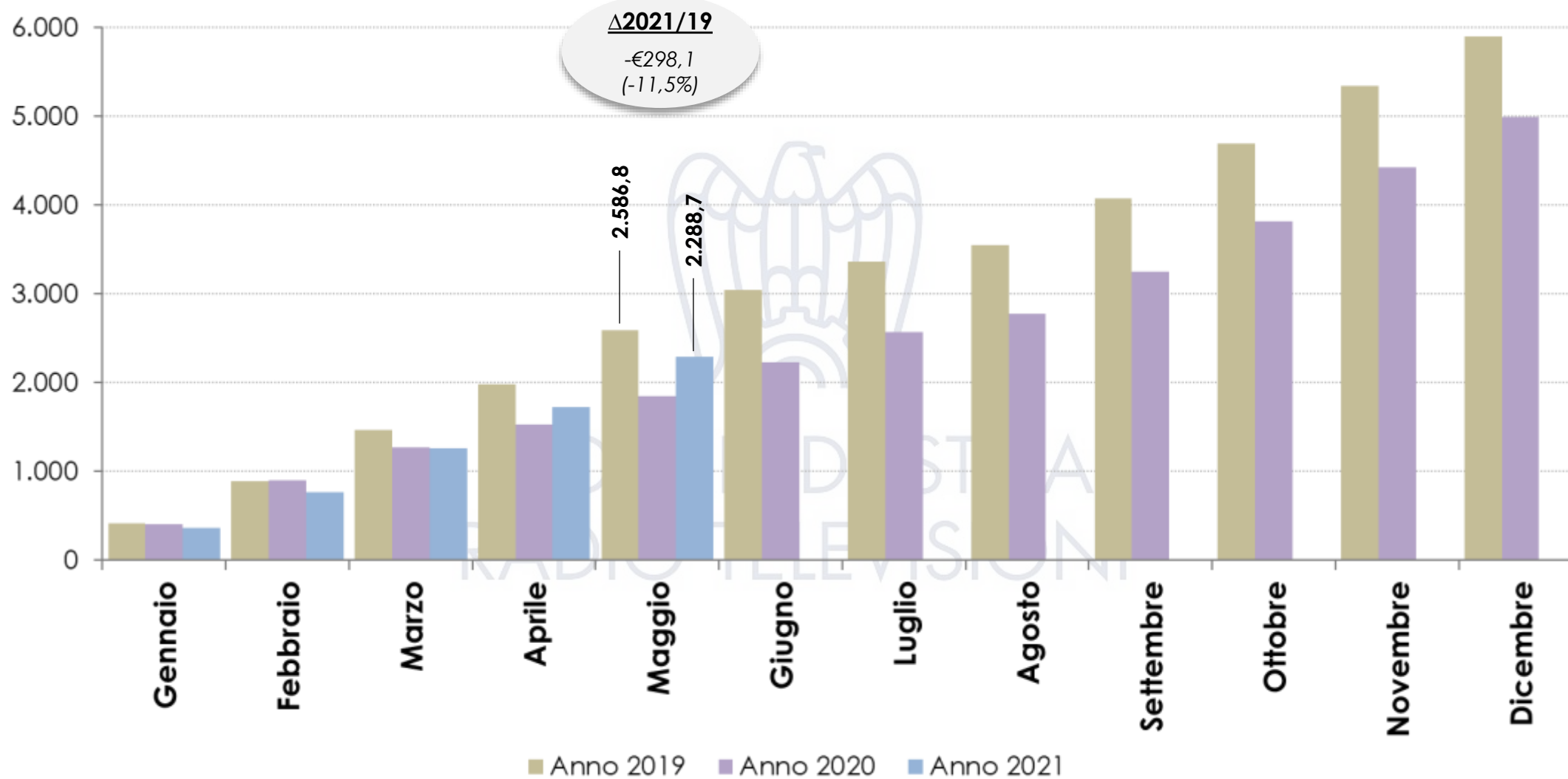
(YoY %)

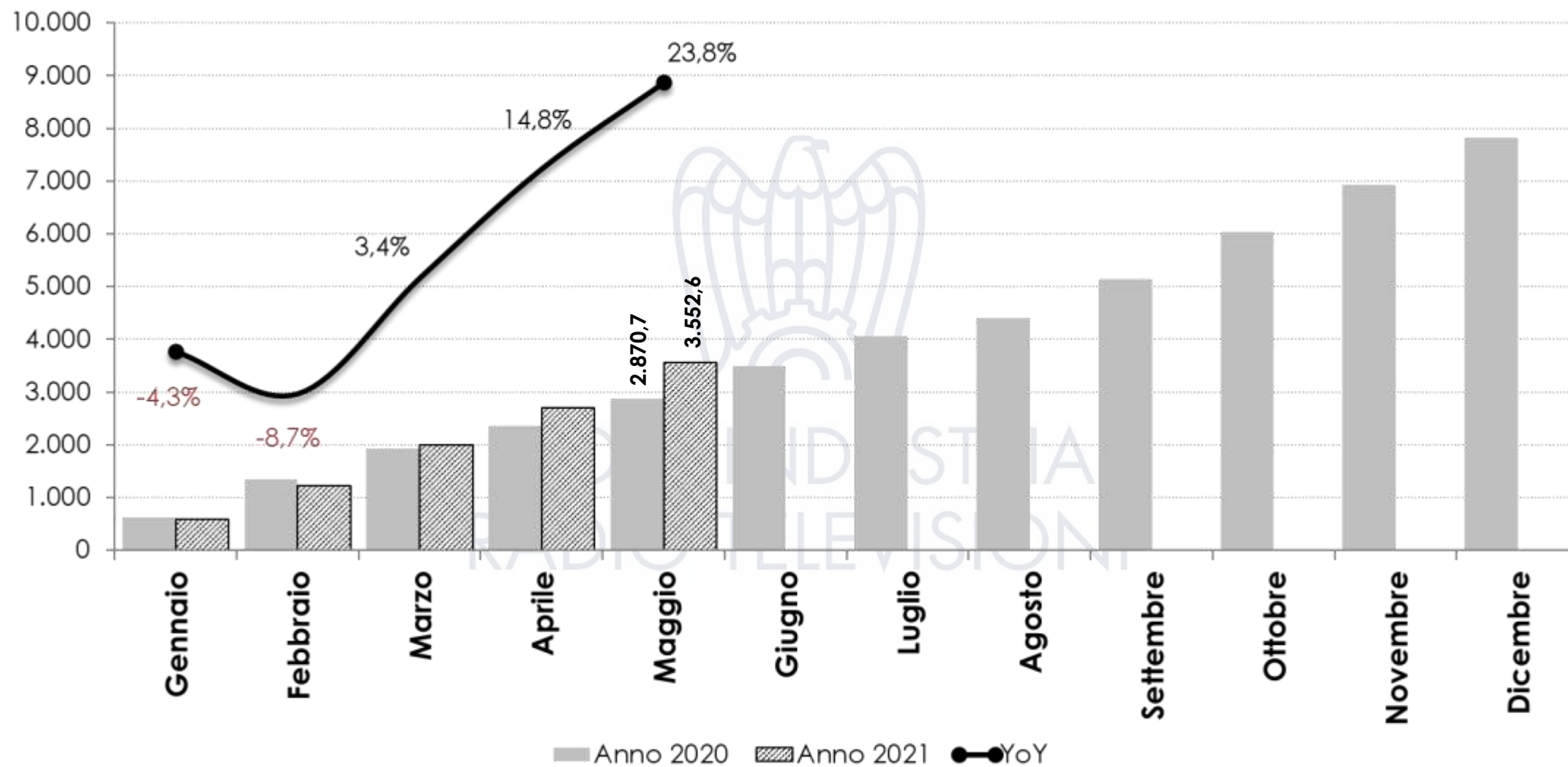


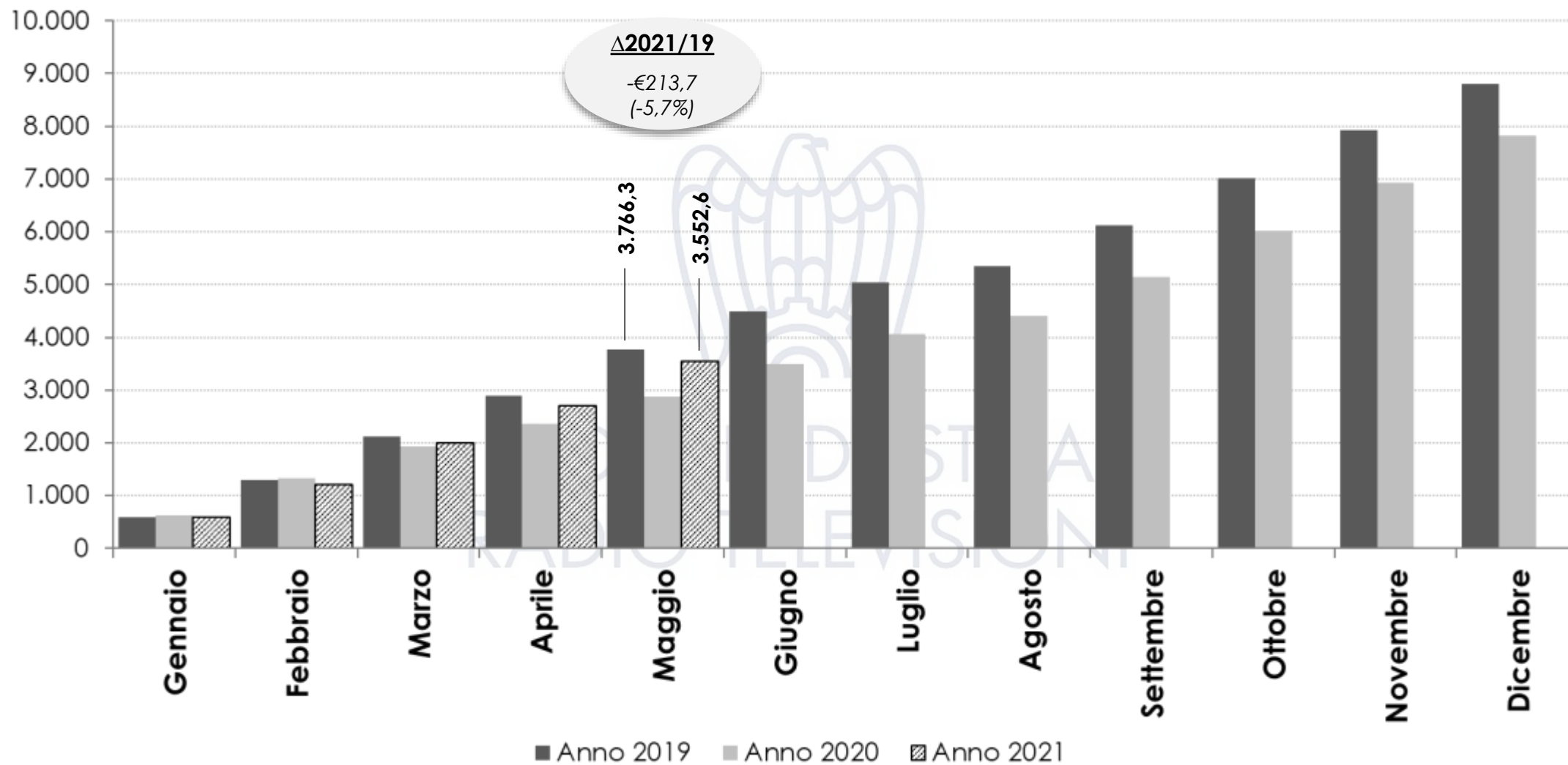
Mensile progressivo (Gennaio-Maggio)

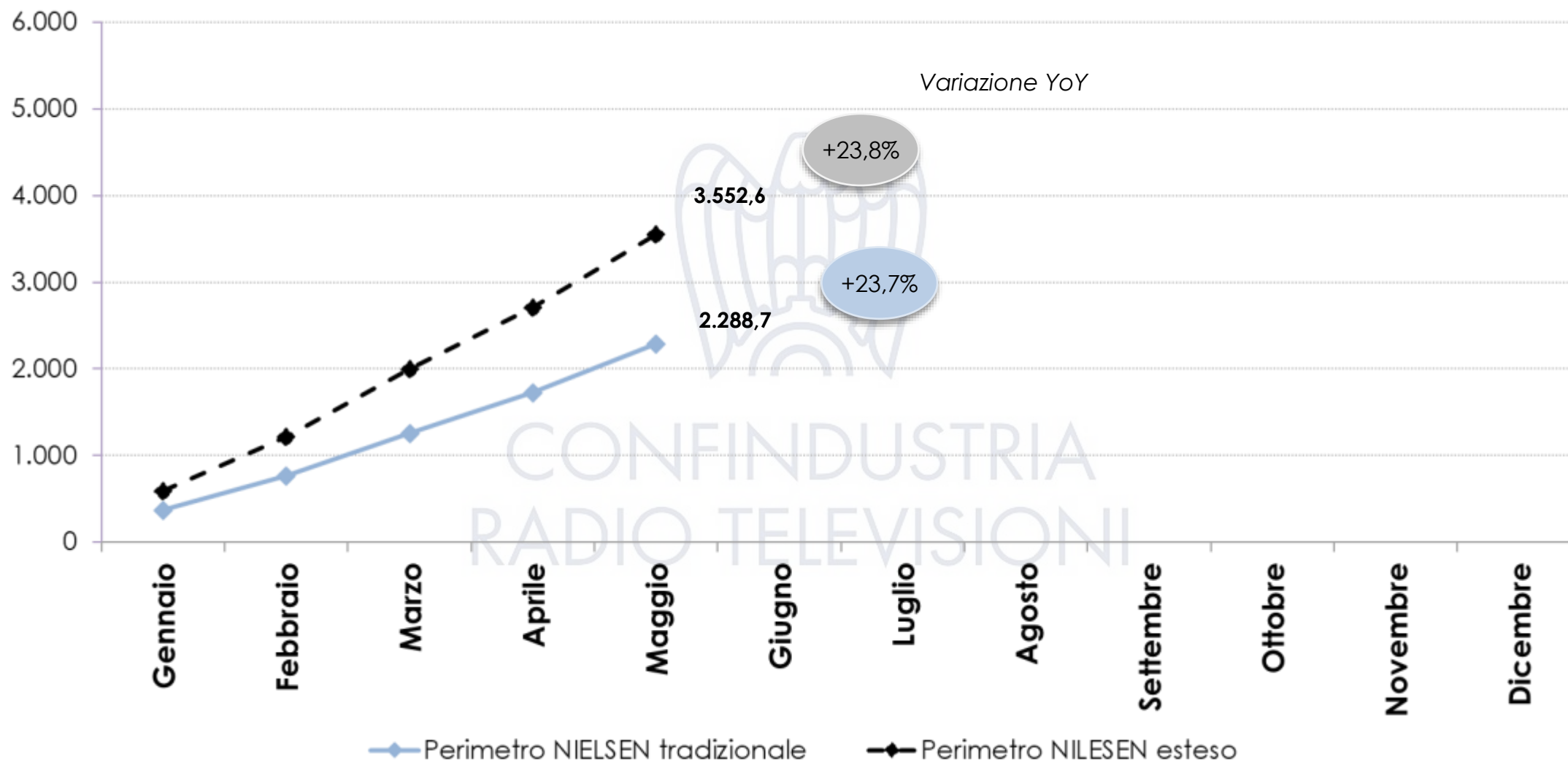
(YoY %)

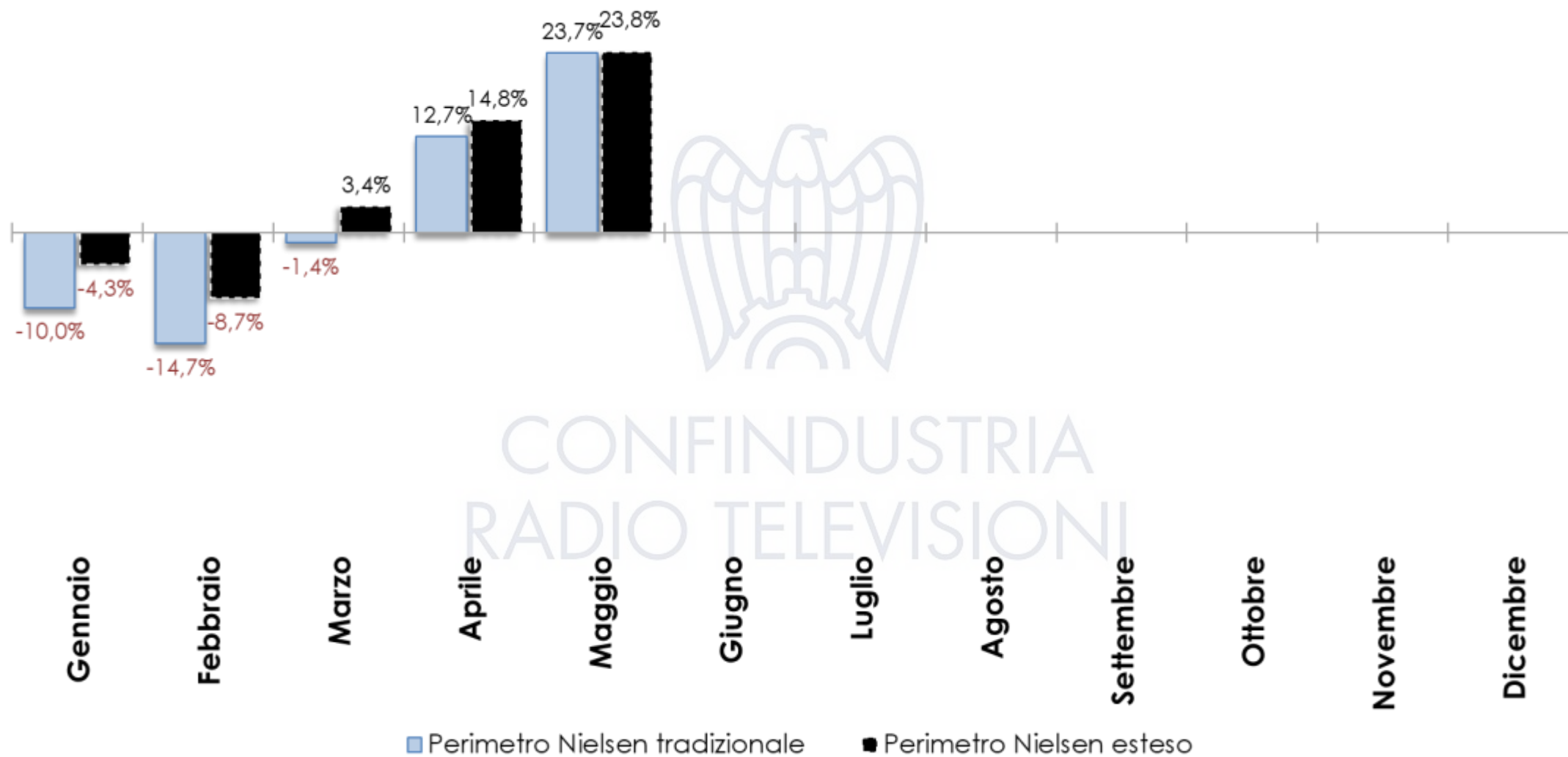






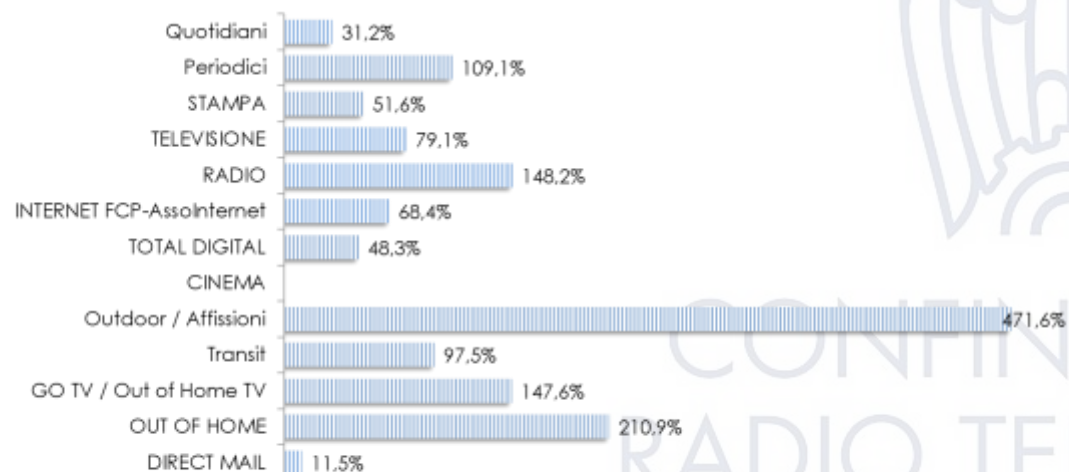






Singolo mese (Maggio)

(YoY %)

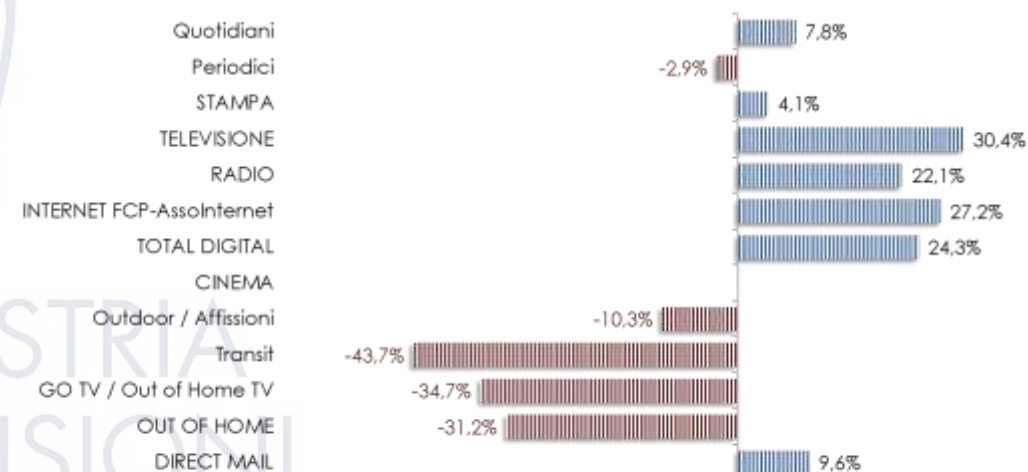


TOTALE Perimetro tradizionale 76,5%

TOTALE Perimetro esteso 64,4%

Mensile progressivo (Gennaio-Maggio)

(YoY %)

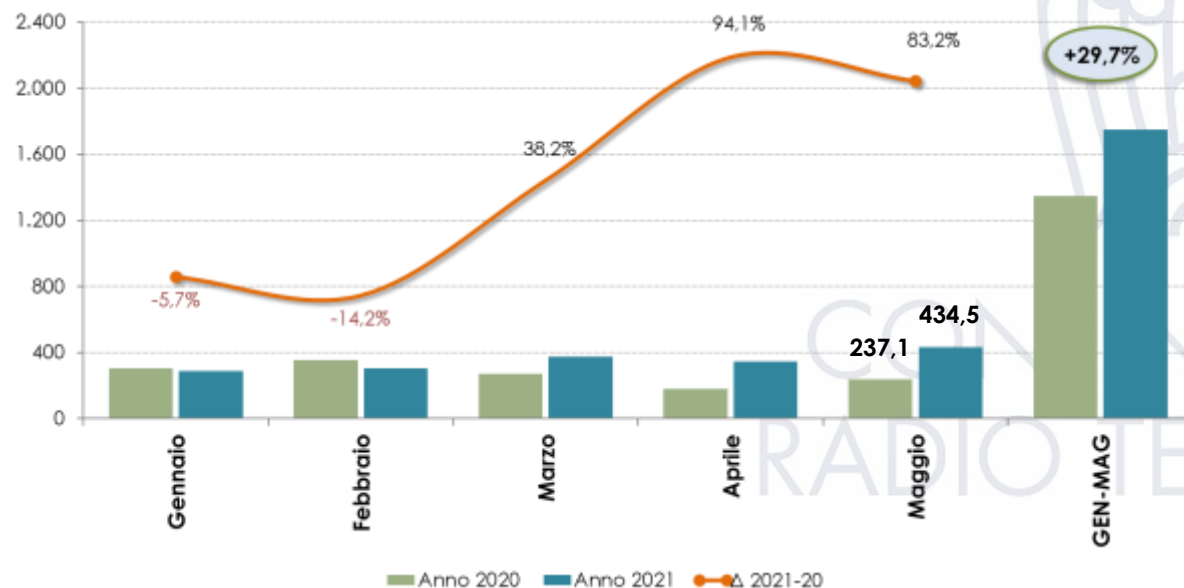


TOTALE Perimetro tradizionale 23,7%

TOTALE Perimetro esteso 23,8%

Singolo mese (Maggio)

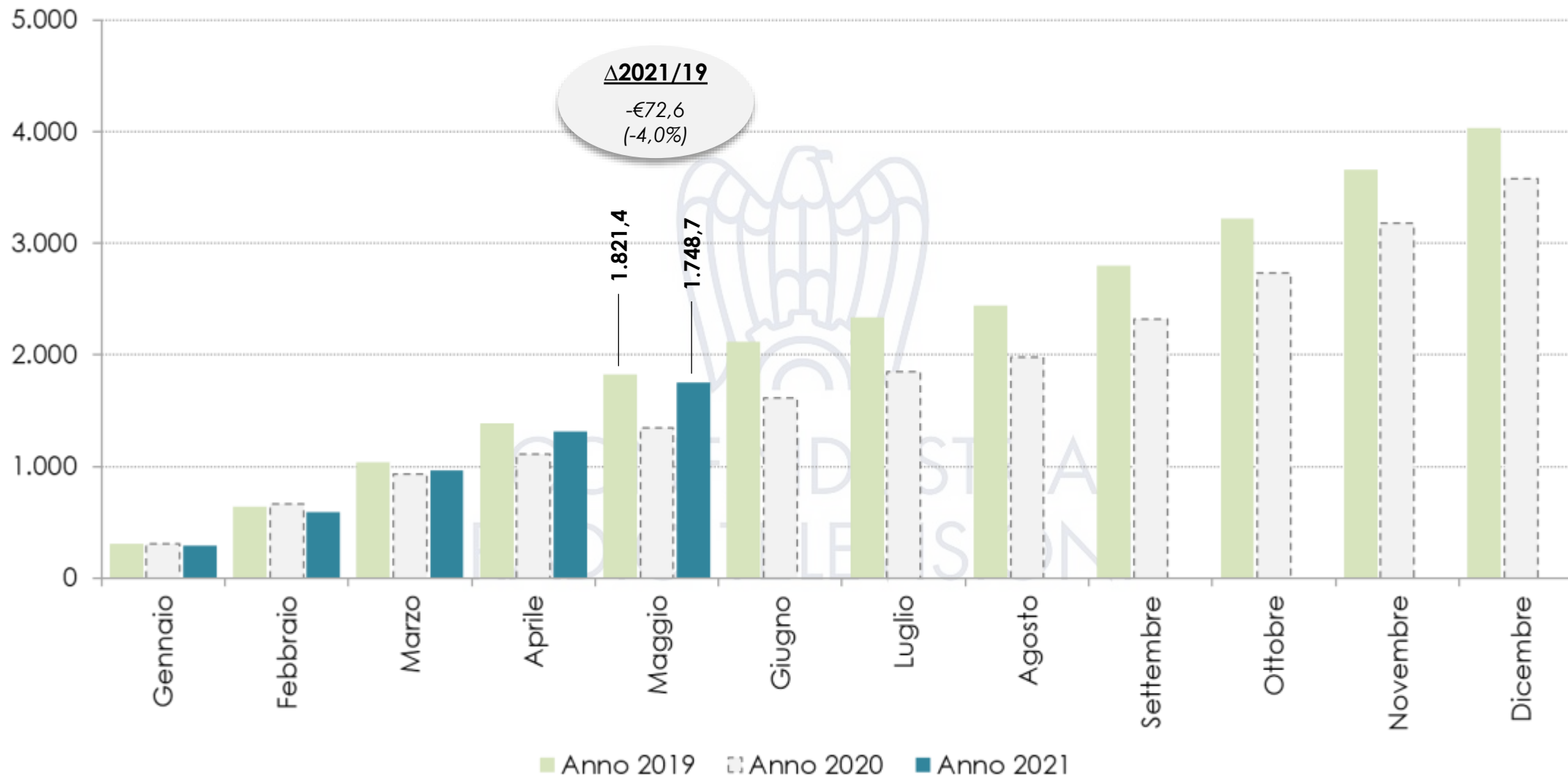
(YoY %)



Mensile progressivo (Gennaio-Maggio)

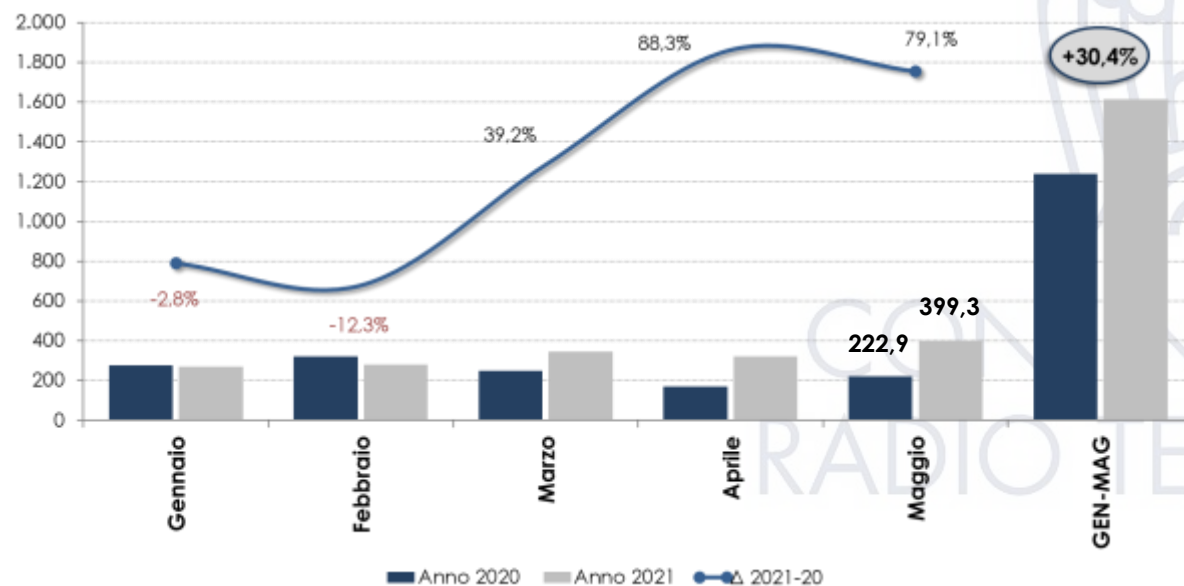
(YoY %)





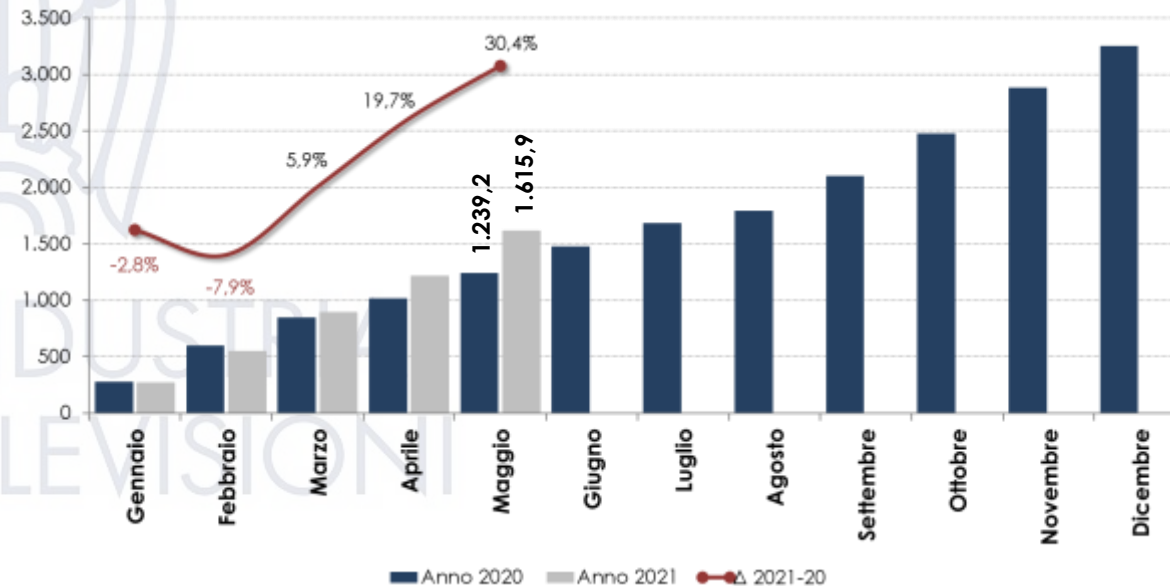
Singolo mese (Maggio)

(YoY %)



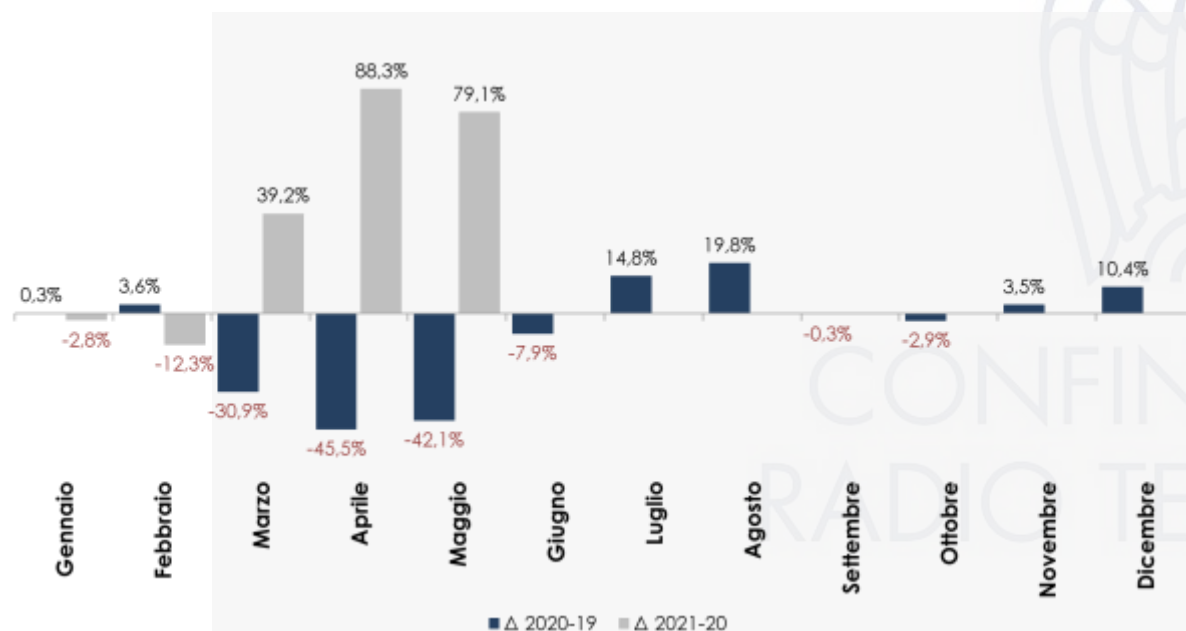
Mensile progressivo (Gennaio-Maggio)

(YoY %)



Singolo mese (Maggio)

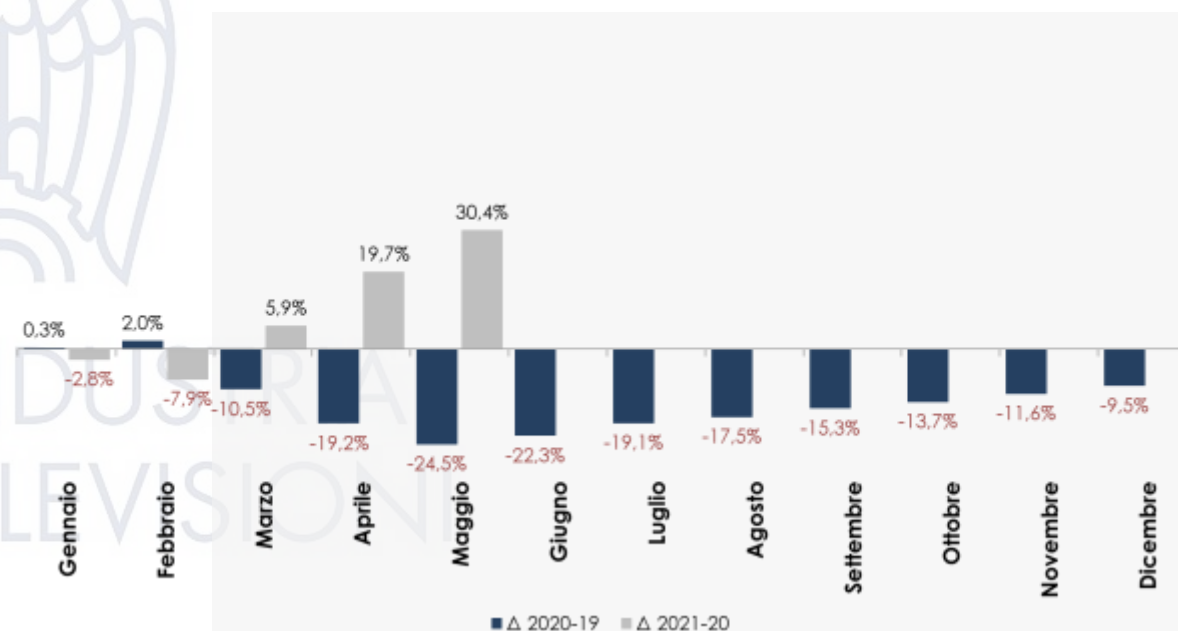
(YoY %)



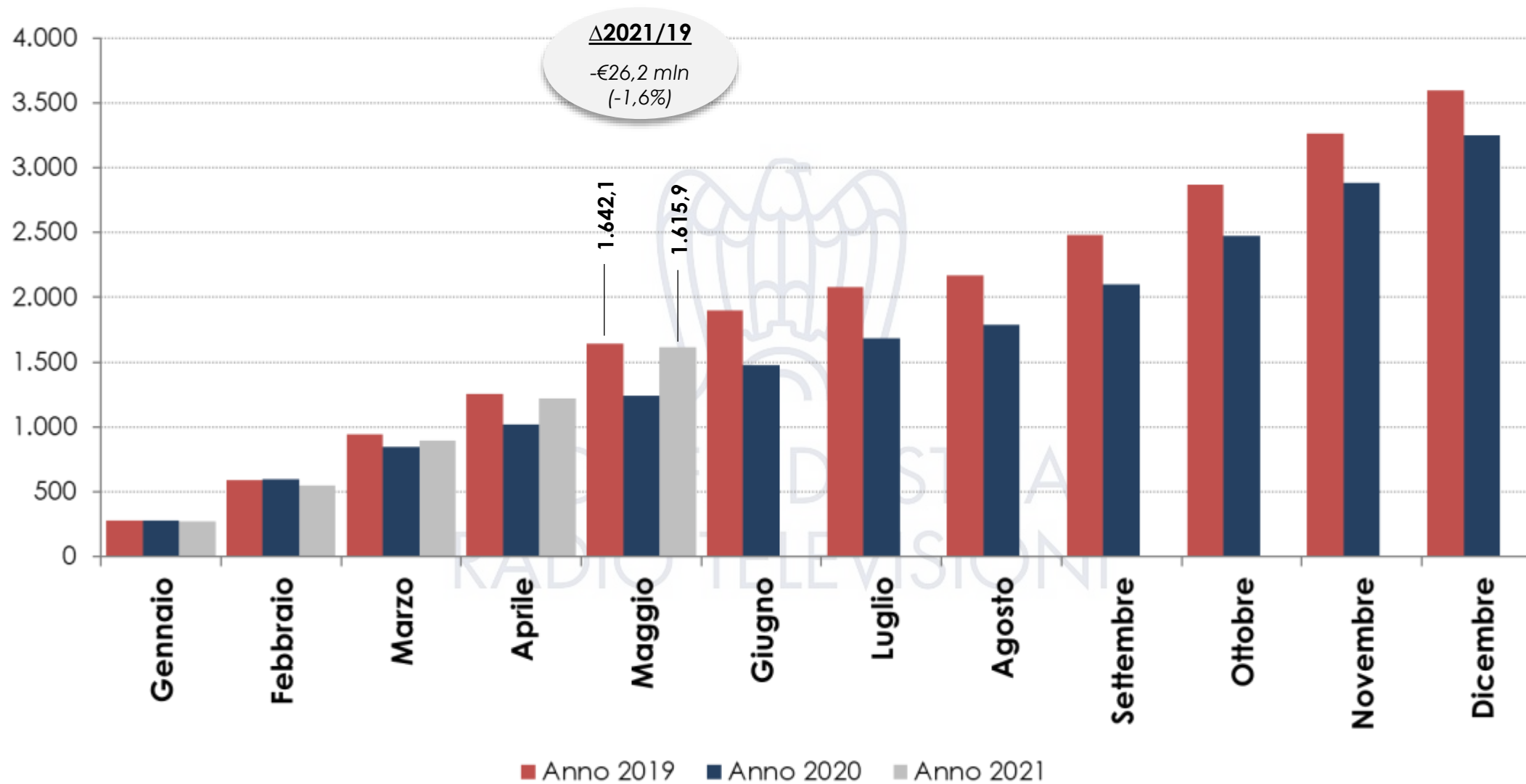
Pandemia COVID-19 →

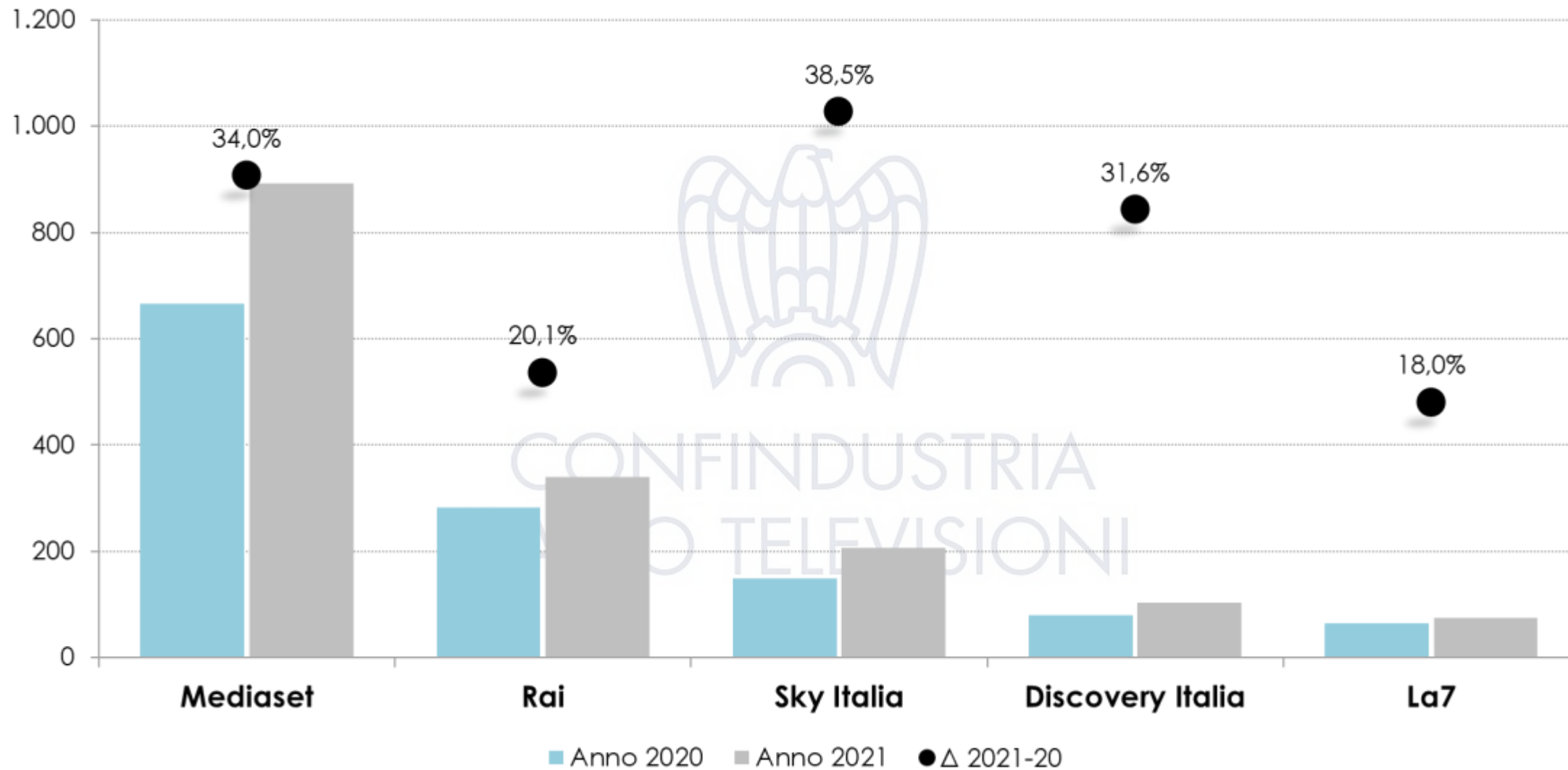
Mensile progressivo (Gennaio-Maggio)

(YoY %)



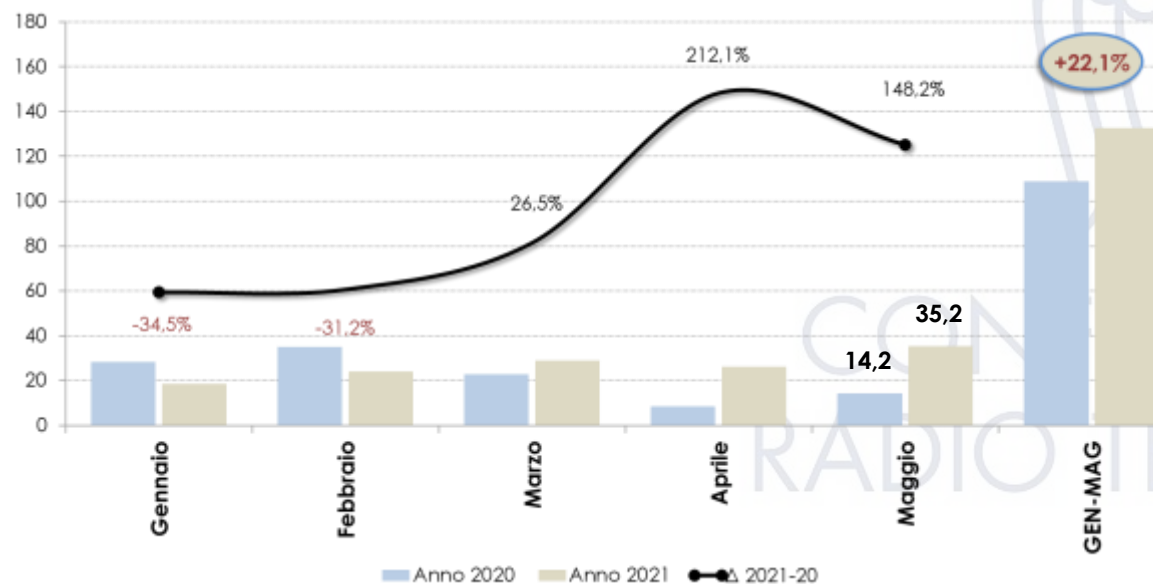
Pandemia COVID-19 →





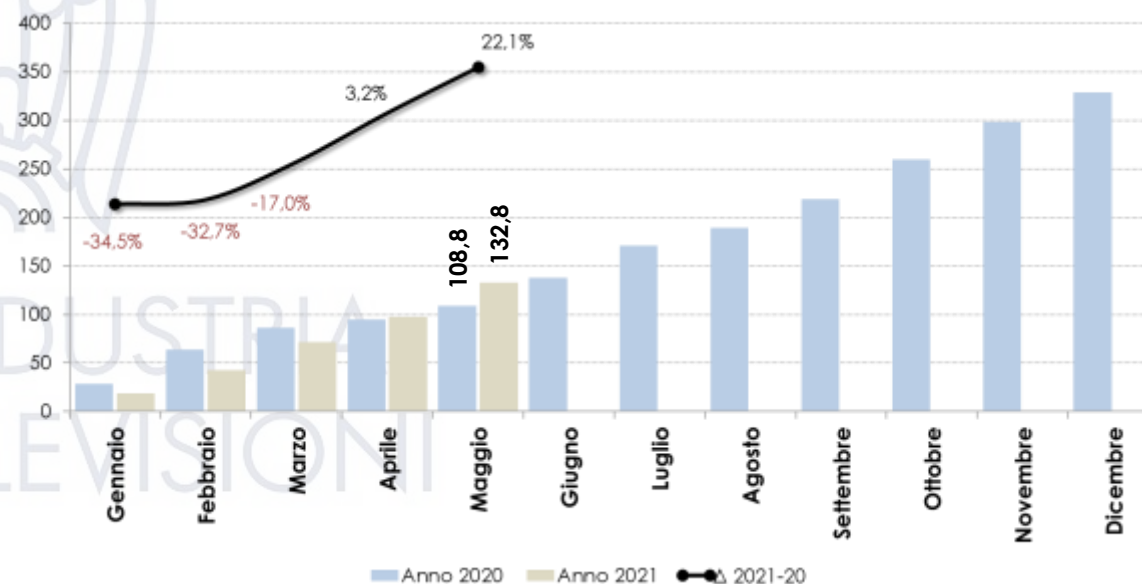
Singolo mese (Maggio)

(YoY %)



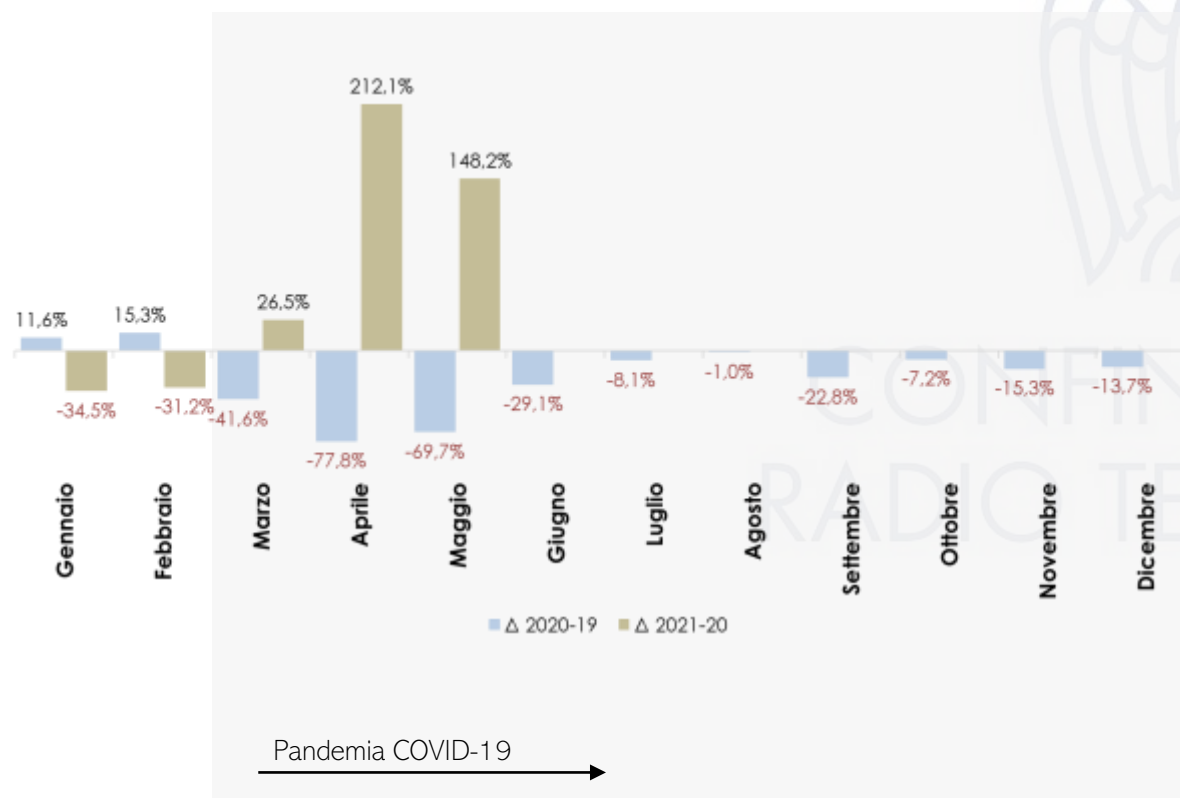
Mensile progressivo (Gennaio-Maggio)

(YoY %)



Singolo mese (Maggio)

(YoY %)



Mensile progressivo (Gennaio-Maggio)

(YoY %)

