

Investimenti pubblicitari in ITALIA: Ottobre 2020

Il mercato pubblicitario chiude l'anno a -12%

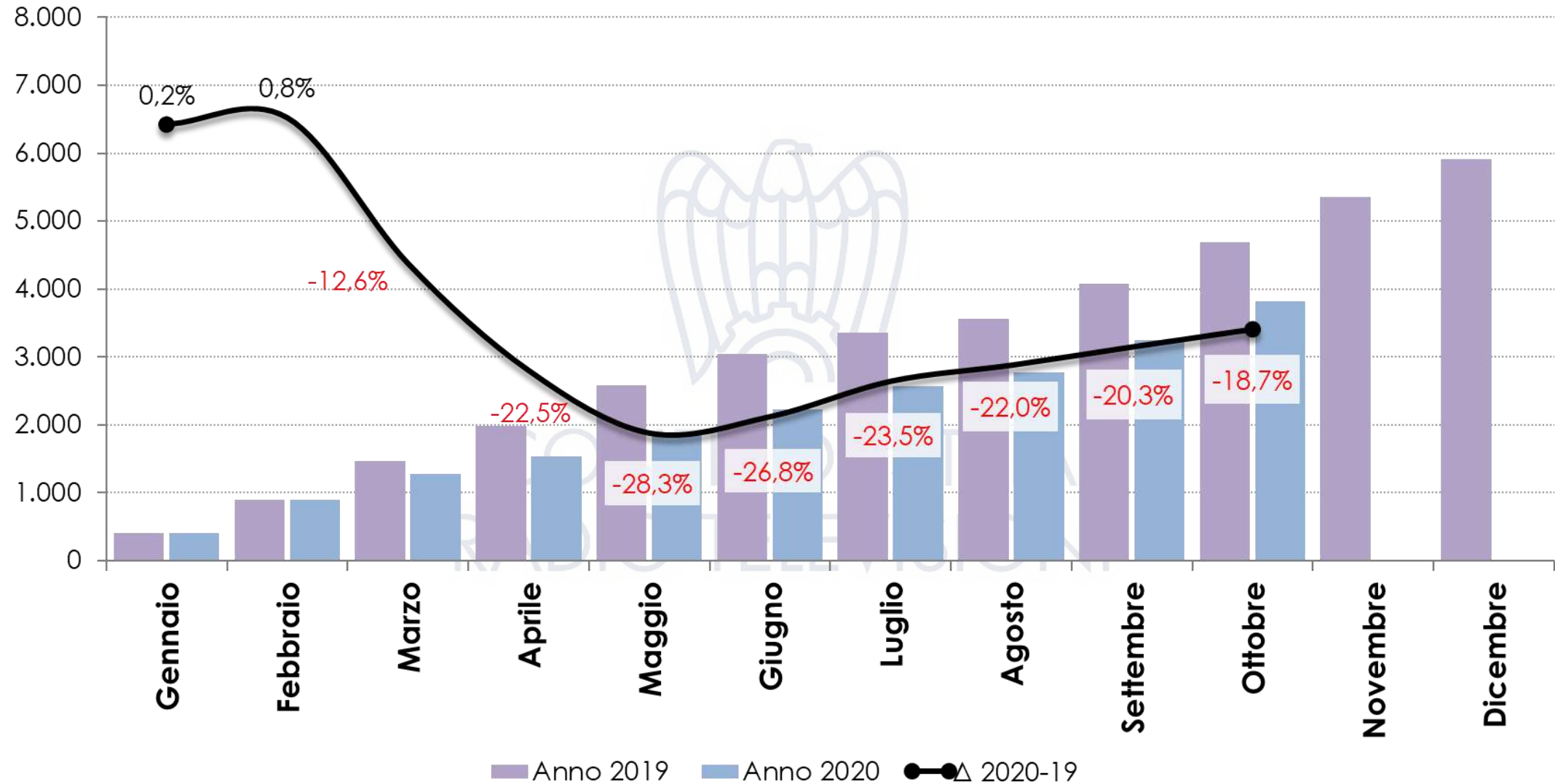
(Nielsen)



Ufficio Studi e Ricerche
CONFINDUSTRIA RADIO TELEVISIONI

NIELSEN, Investimenti pubblicitari ITALIA: TOTALE MEZZI (2020)

(milioni di Euro; perimetro tradizionale)

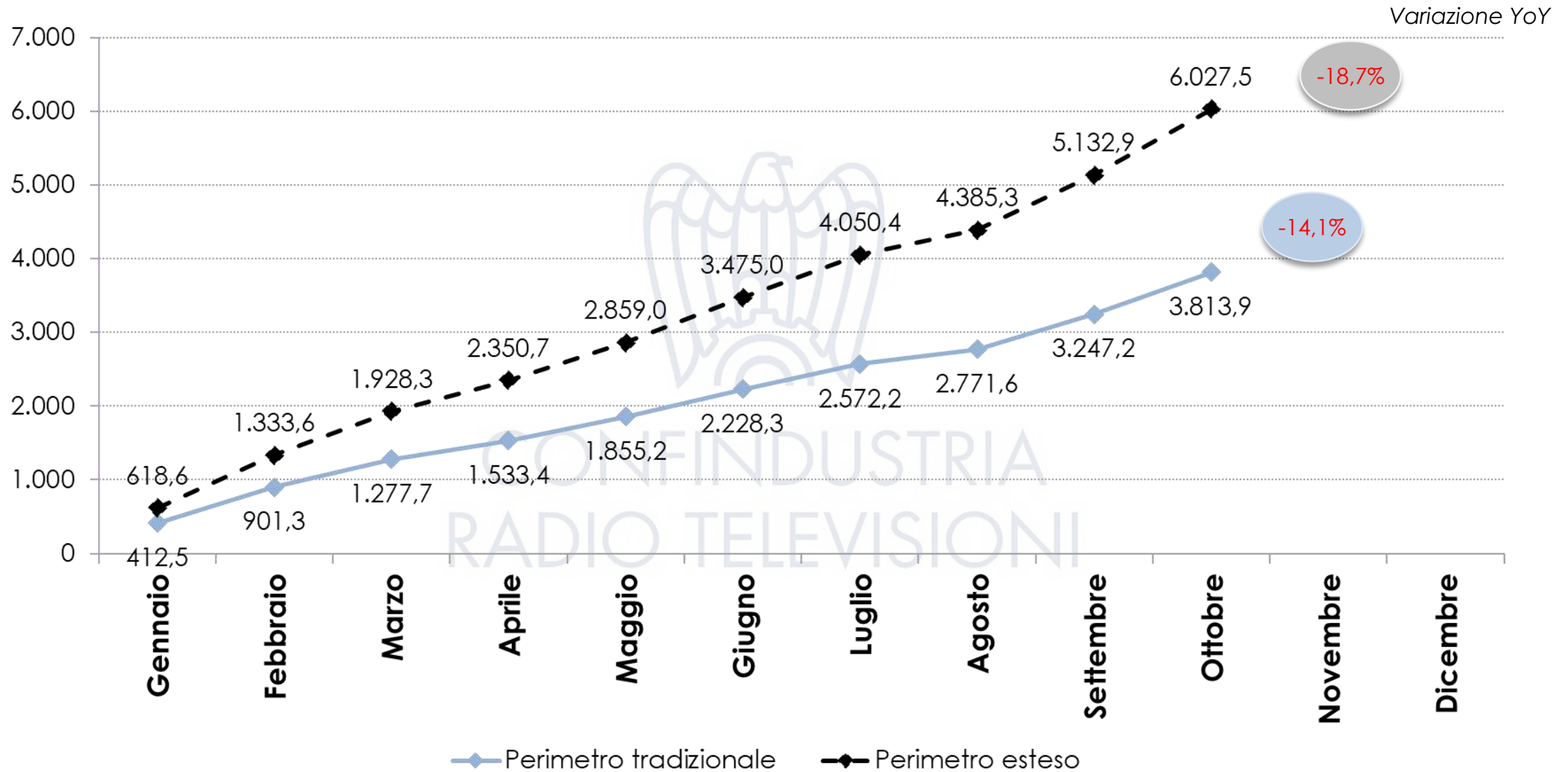


Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen.

Investimenti pubblicitari netti. Il perimetro «tradizionale» monitorato da Nielsen, include i mezzi classici e Internet (FCP AssolInternet).

NIELSEN, Investimenti pubblicitari ITALIA: TOTALE MEZZI (2020)

(milioni di Euro; perimetro tradizionale vs esteso)



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

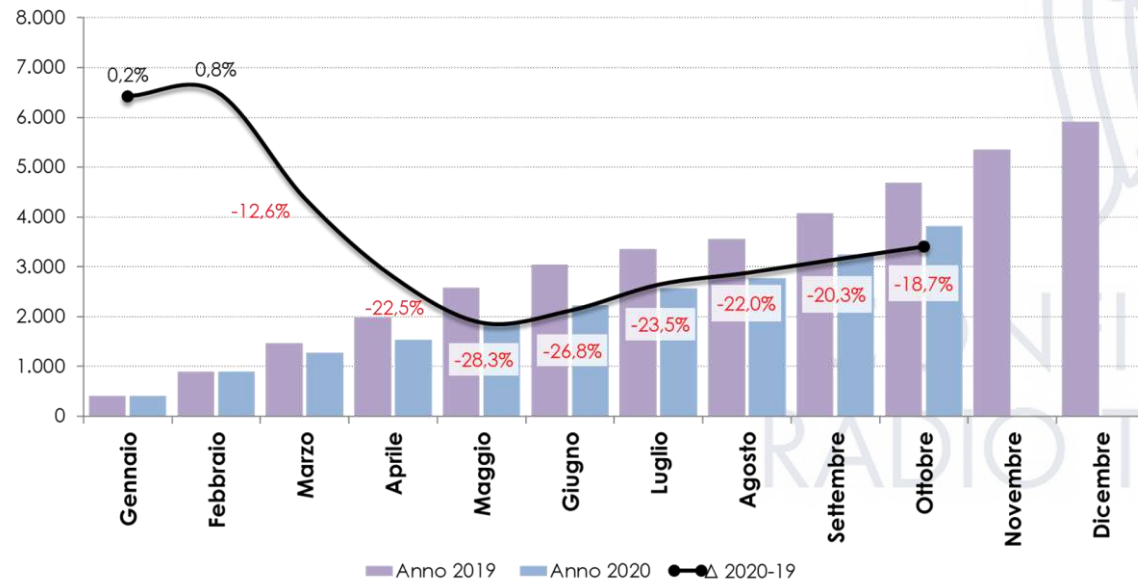
Investimenti pubblicitari netti. Il perimetro «esteso» monitorato da Nielsen, include i mezzi classici e Internet con stima Search, Social, Classified - Over The Top (OTT).

NIELSEN, Investimenti pubblicitari ITALIA: TOTALE MEZZI (2020)

(milioni di Euro)

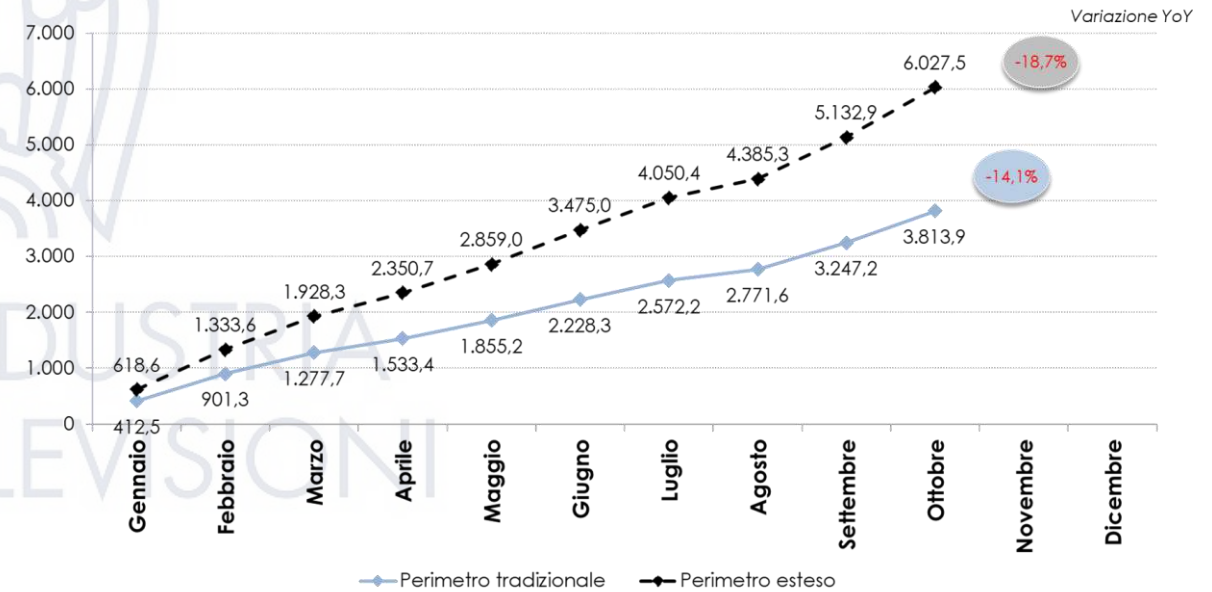
Perimetro tradizionale

(milioni di Euro)



Perimetro tradizionale vs esteso

(milioni di Euro)

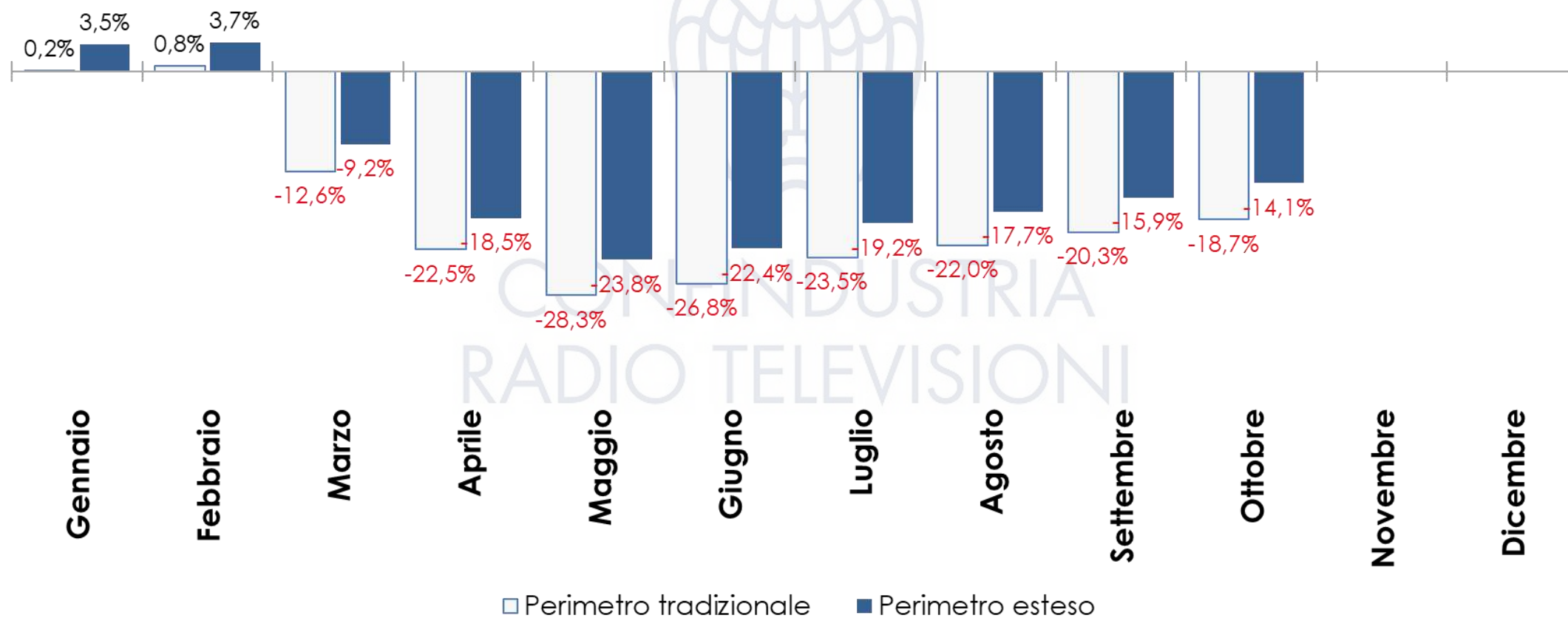


Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen.

Investimenti pubblicitari netti. Il perimetro tradizionale non include alcune componenti Digital (Search, Social, Classified, OTT) facendo riferimento principalmente agli aderenti FCP-Assointernet.

NIELSEN, Investimenti pubblicitari ITALIA: TOTALE MEZZI (2020)

(perimetro tradizionale vs esteso)

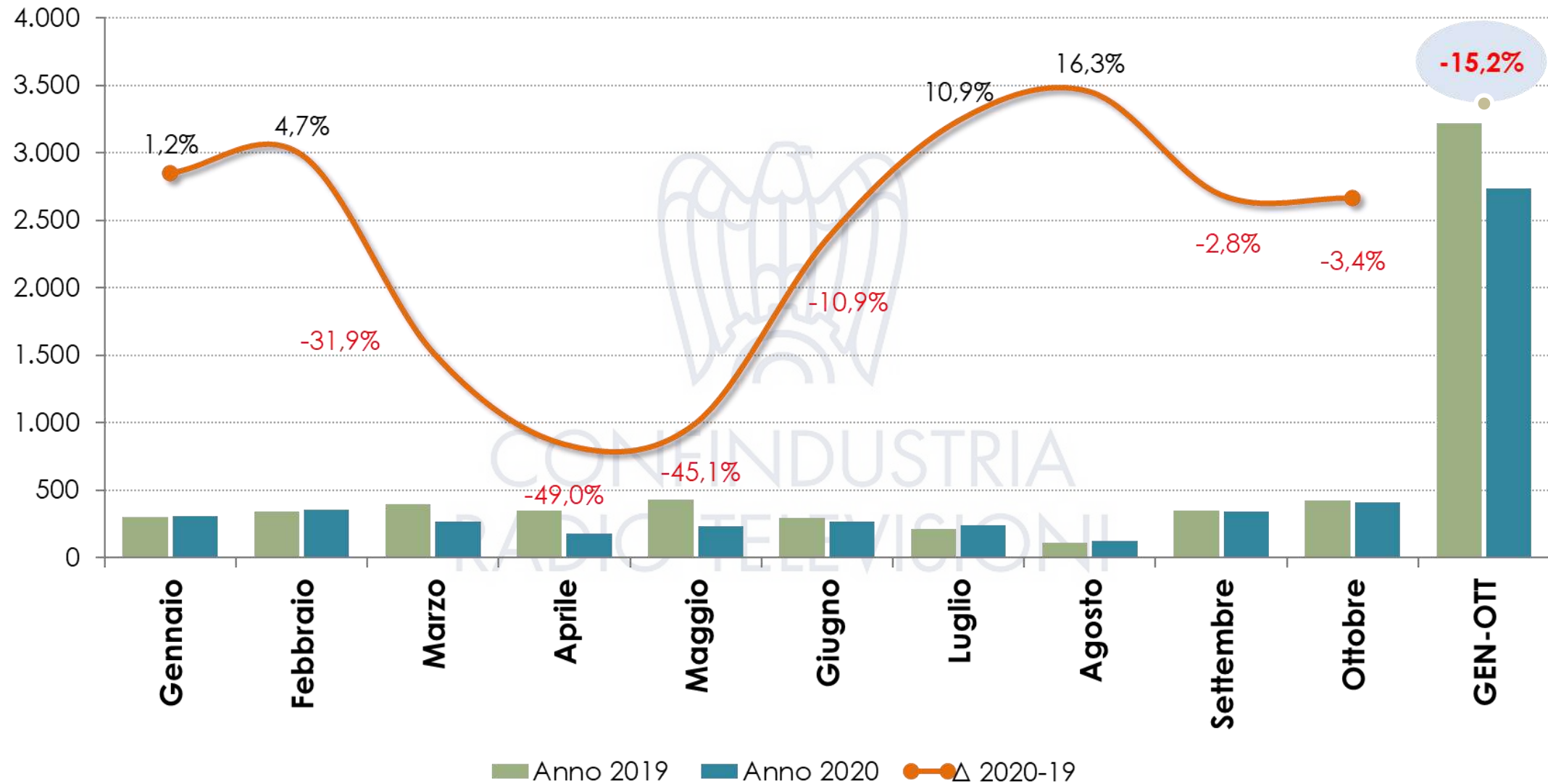


Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen.

Investimenti pubblicitari netti. Il perimetro «esteso» monitorato da Nielsen, include i mezzi classici e Internet con stima Search, Social, Classified - Over The Top (OTT).

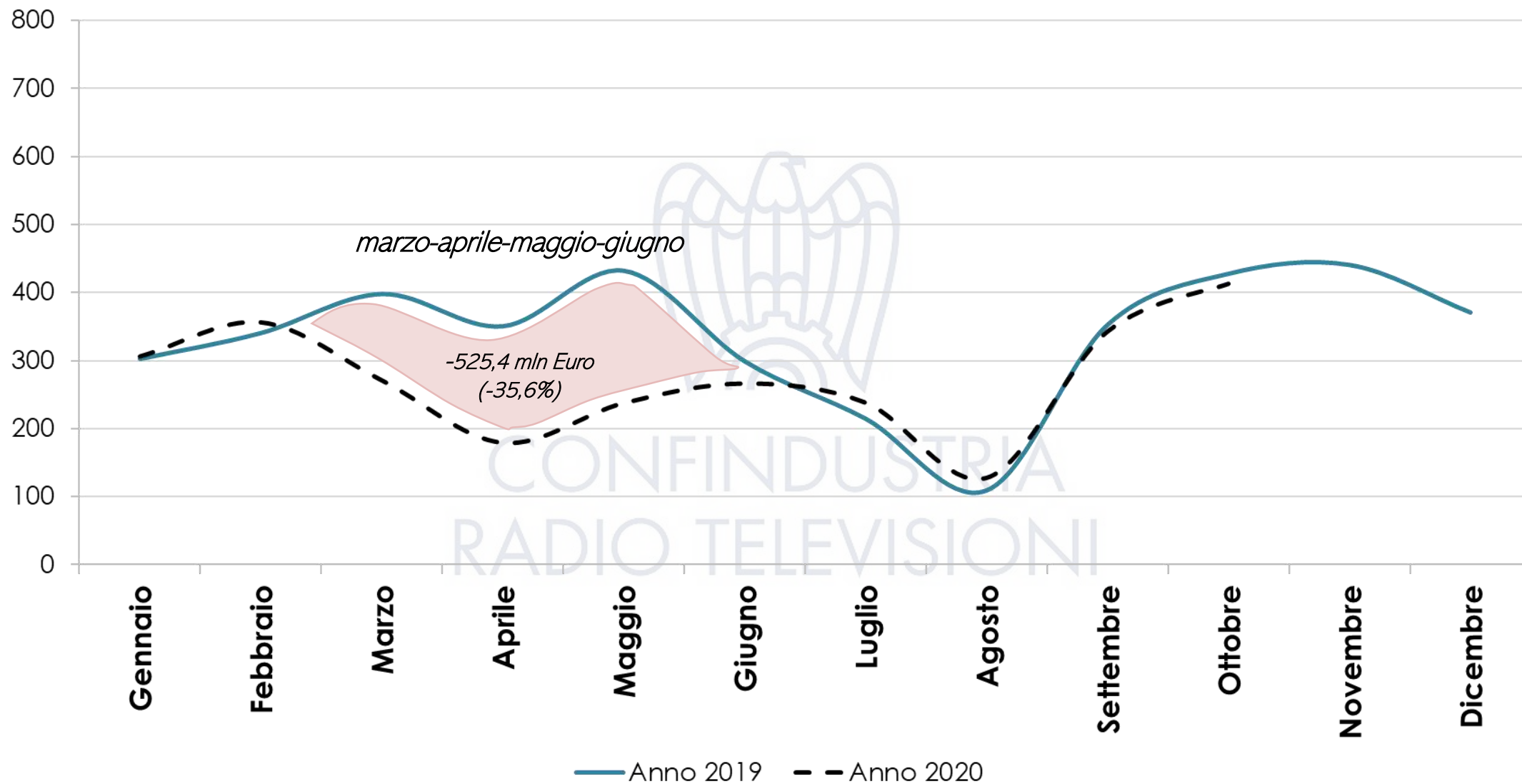
NIELSEN, Investimenti pubblicitari ITALIA: RADIO & TELEVISIONE (2020)

(milioni di Euro; perimetro tradizionale)



NIELSEN, Investimenti pubblicitari ITALIA: RADIO & TELEVISIONE (2020)

(milioni di Euro; perimetro tradizionale)

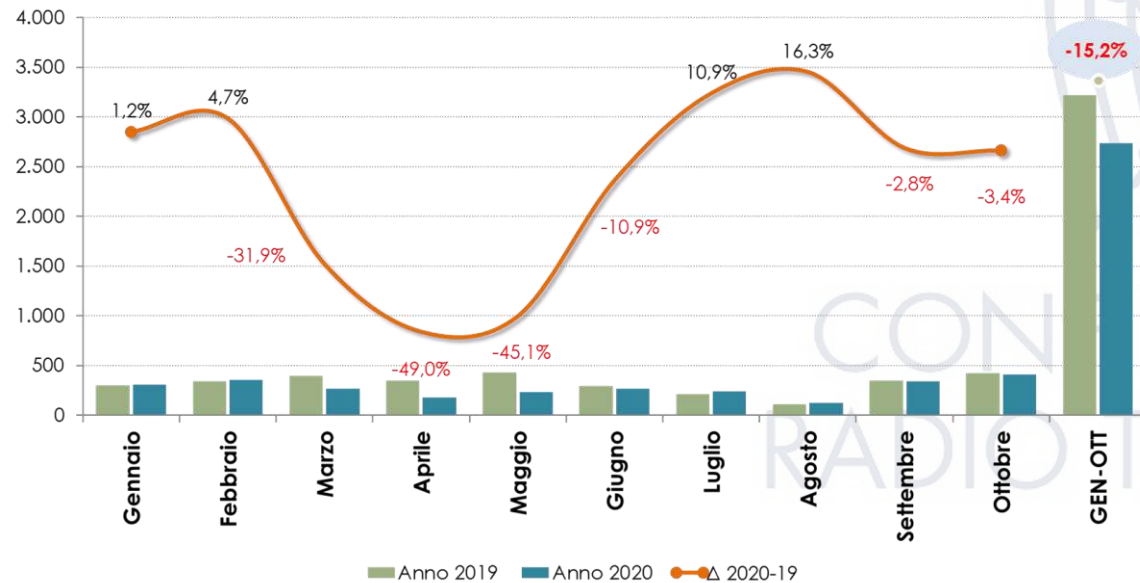


NIELSEN, Investimenti pubblicitari ITALIA: RADIO & TELEVISIONE (2020)

(milioni di Euro; perimetro tradizionale)

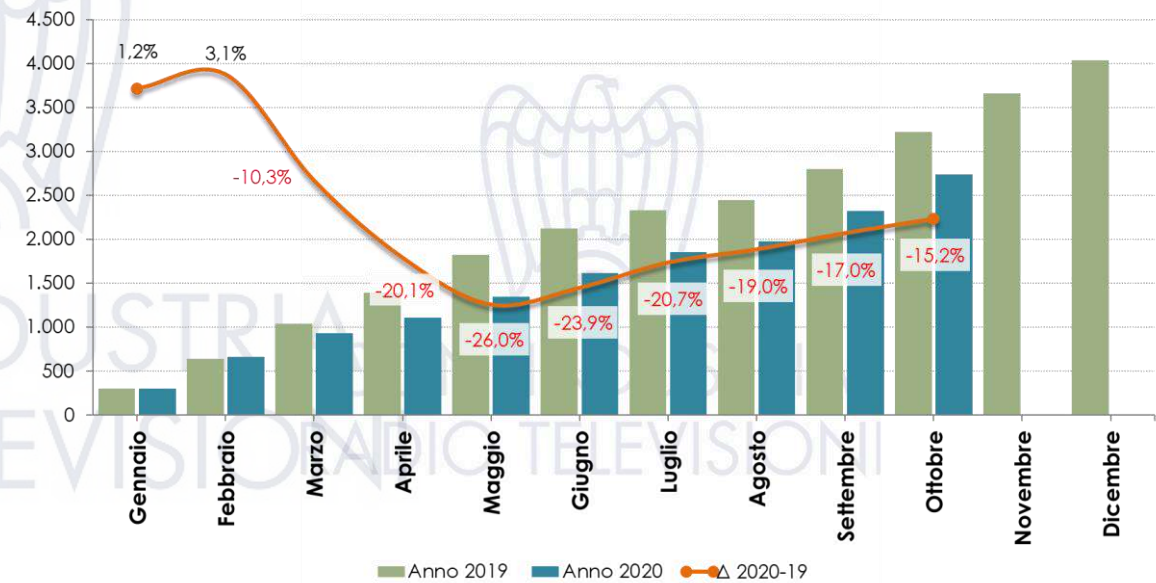
Singolo mese

(milioni di Euro)



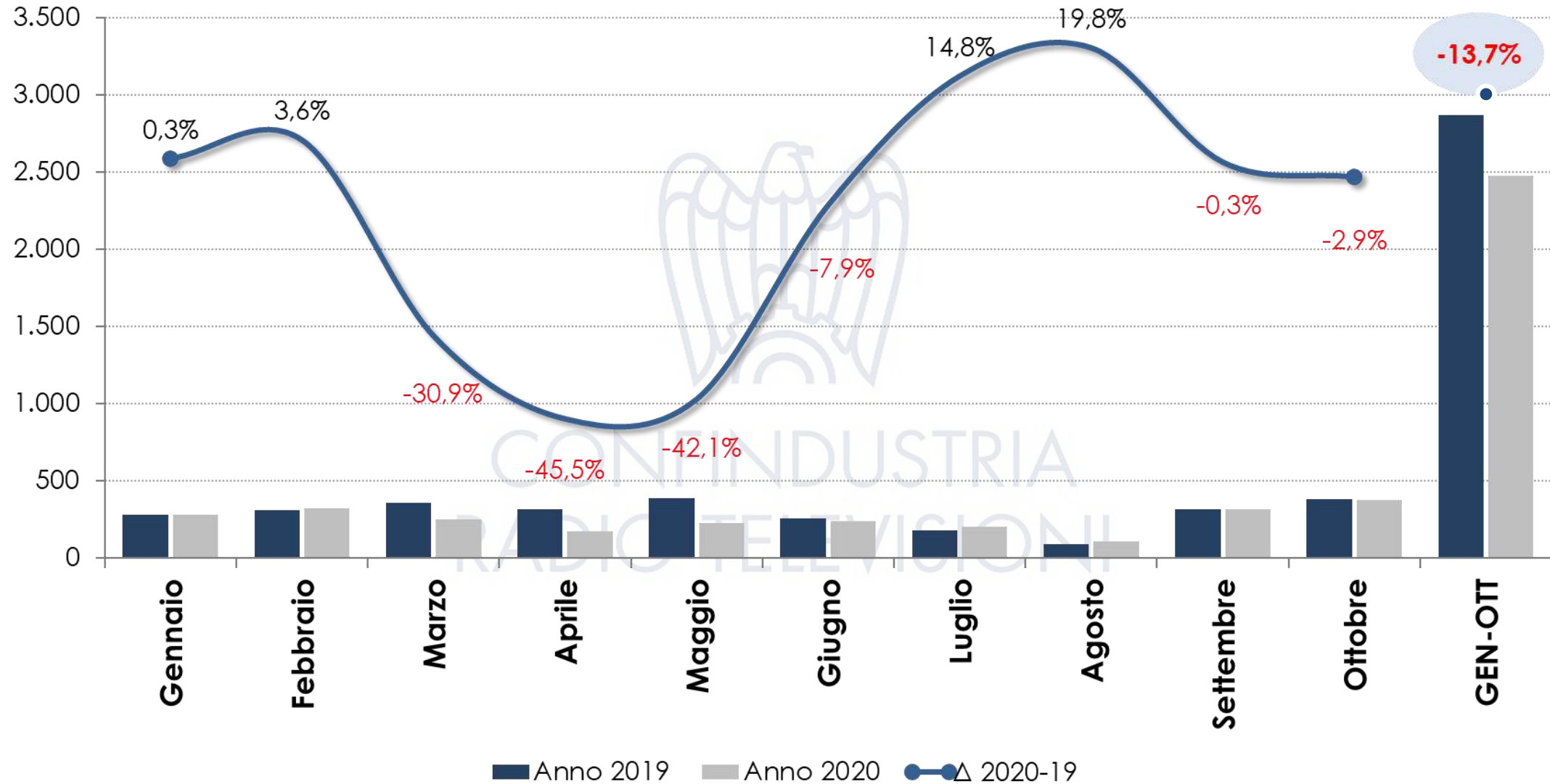
Mensile progressivo

(milioni di Euro)



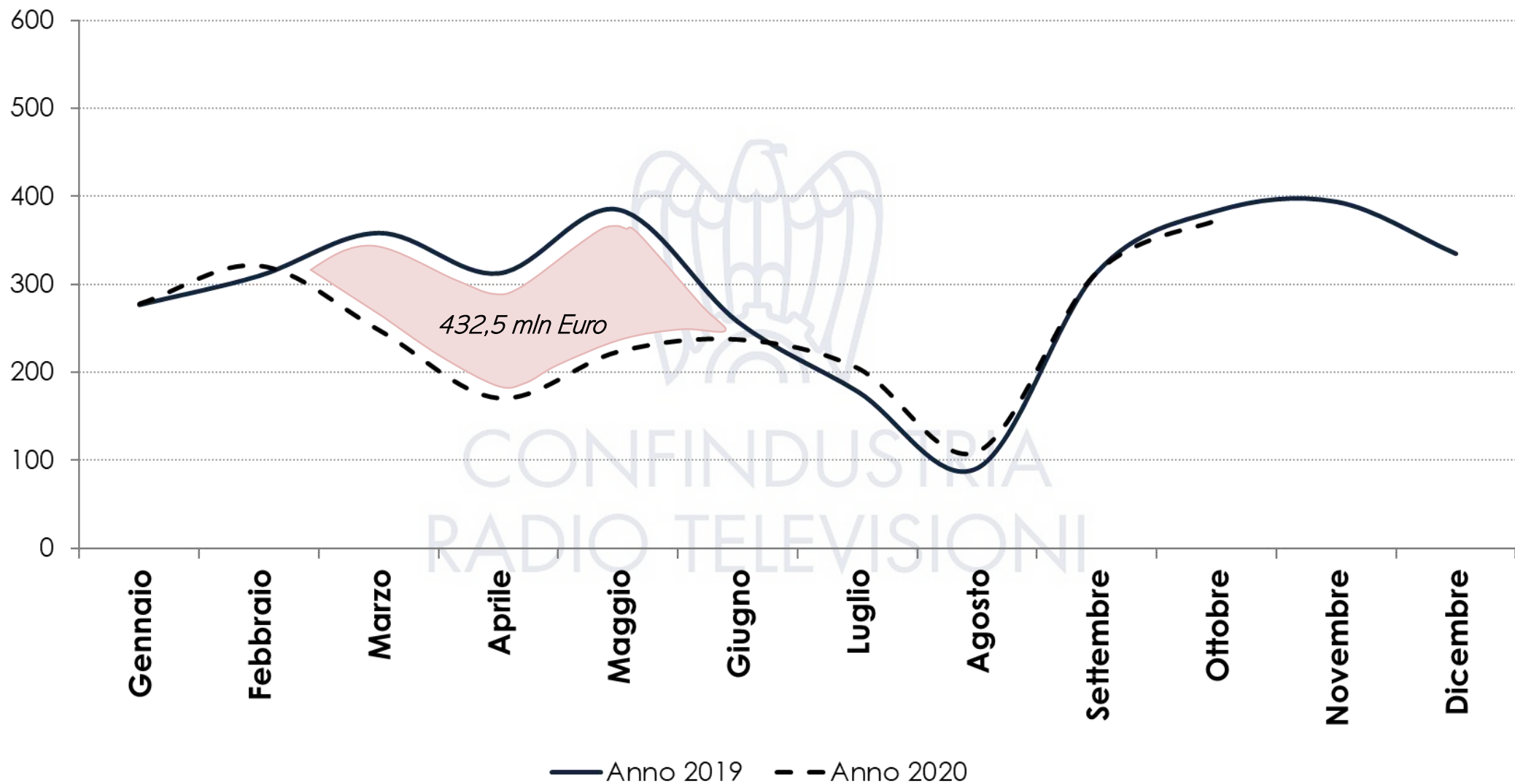
NIELSEN, Investimenti pubblicitari ITALIA: TELEVISIONE (2020)

(milioni di Euro; perimetro tradizionale)



NIELSEN, Investimenti pubblicitari ITALIA: TELEVISIONE (2020)

(milioni di Euro; perimetro tradizionale)

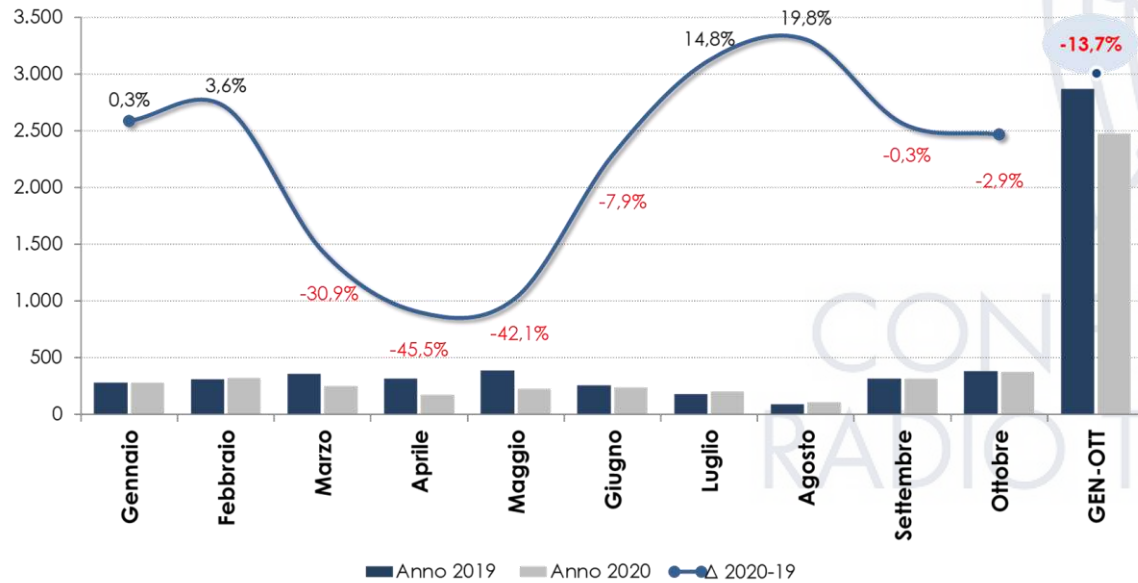


NIELSEN, Investimenti pubblicitari ITALIA: TELEVISIONE (2020)

(milioni di Euro; perimetro tradizionale)

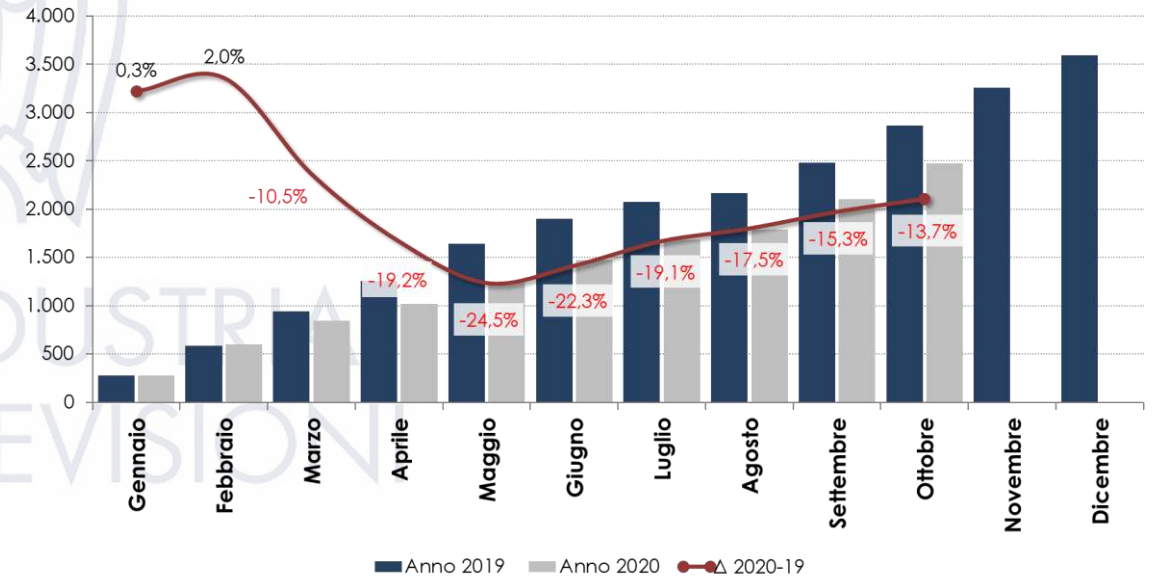
Singolo mese

(milioni di Euro)



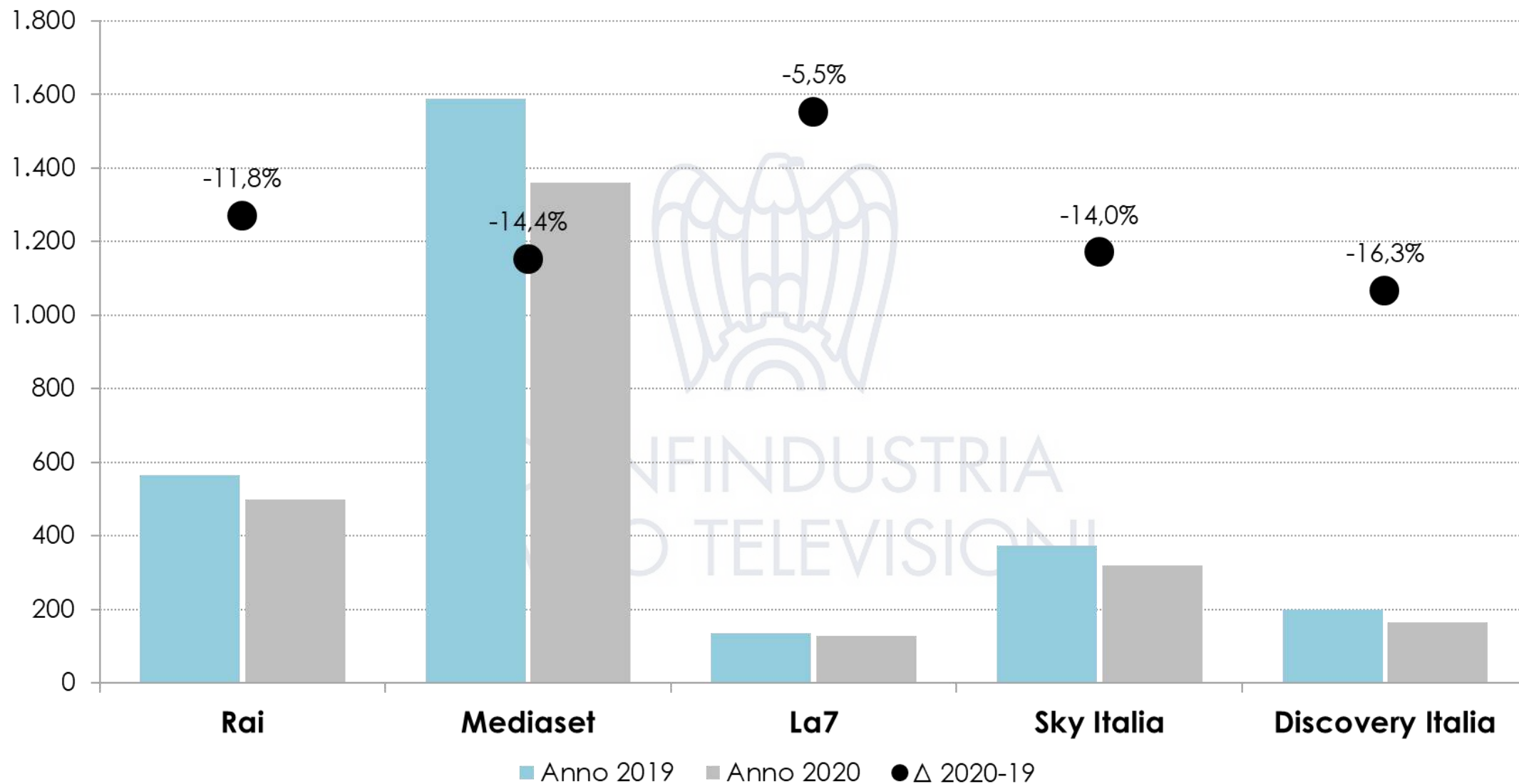
Mensile progressivo

(milioni di Euro)



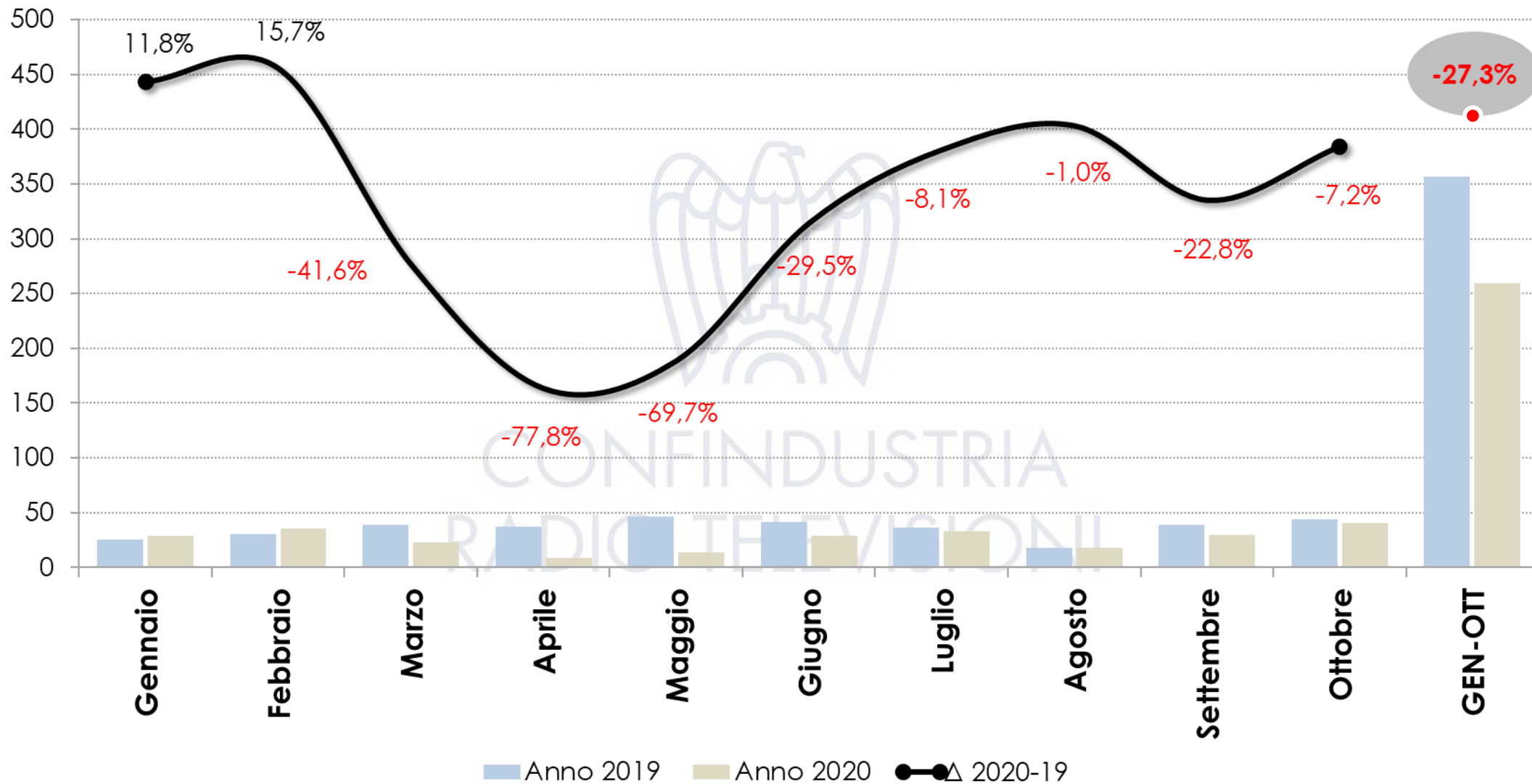
NIELSEN, Investimenti pubblicitari ITALIA: TELEVISIONE (2020)

(milioni di Euro; perimetro tradizionale)



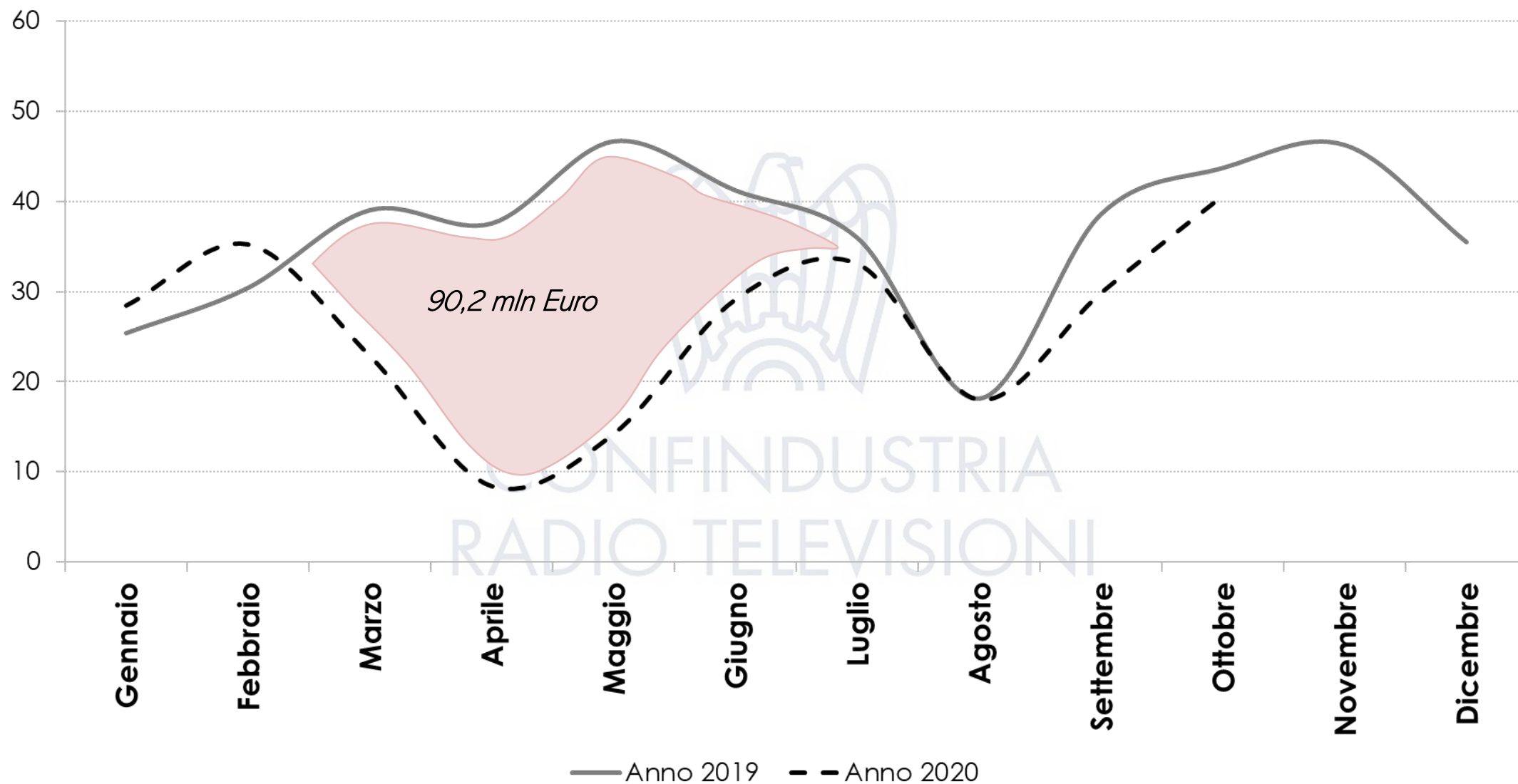
NIELSEN, Investimenti pubblicitari ITALIA: RADIO (2020)

(milioni di Euro; perimetro tradizionale)



NIELSEN, Investimenti pubblicitari ITALIA: RADIO (2020)

(milioni di Euro; perimetro tradizionale)

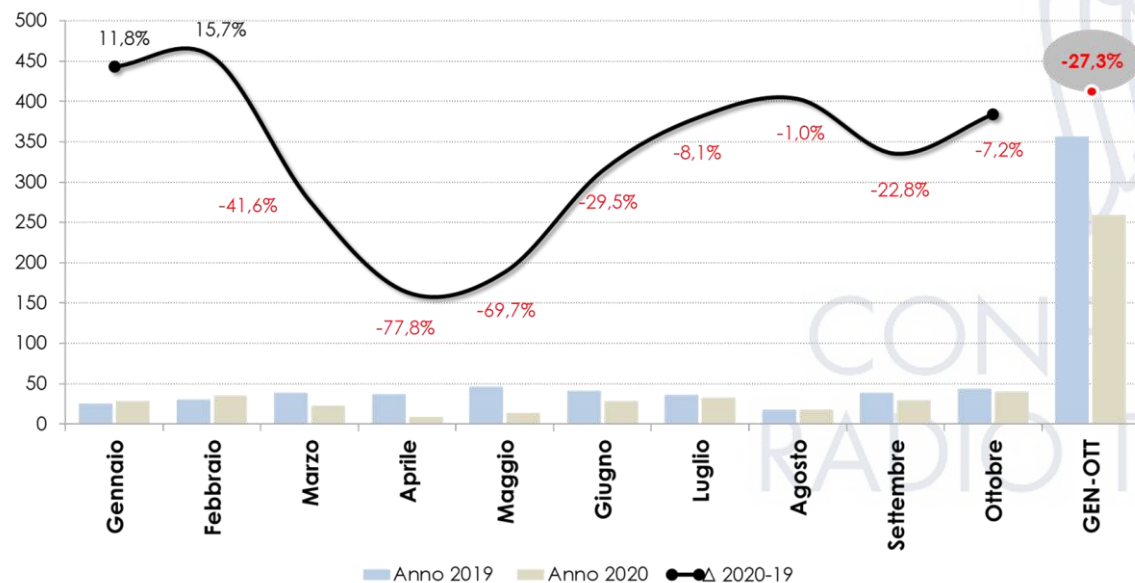


NIELSEN, Investimenti pubblicitari ITALIA: RADIO (2020)

(milioni di Euro; perimetro tradizionale)

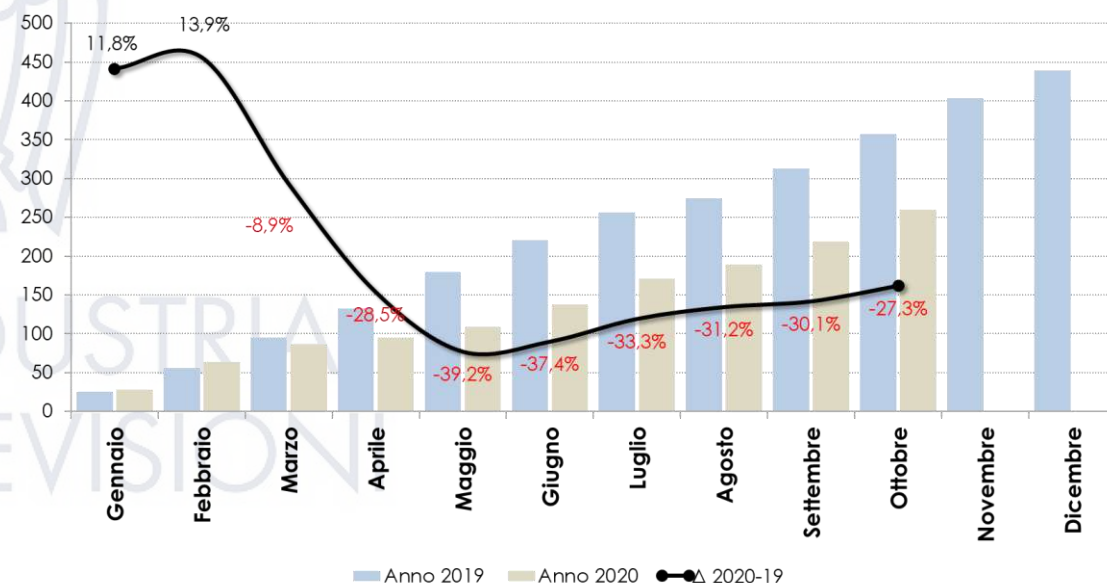
Singolo mese

(milioni di Euro)



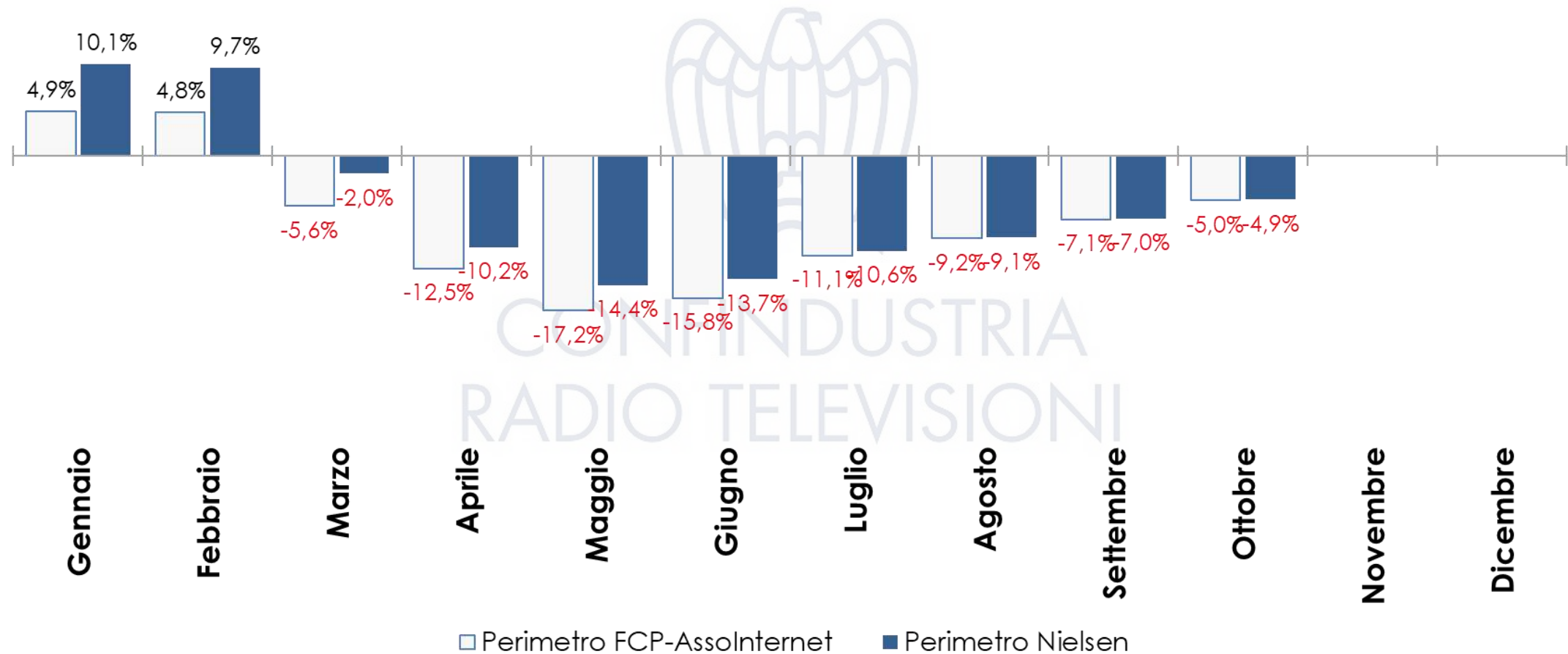
Mensile progressivo

(milioni di Euro)



NIELSEN, Investimenti pubblicitari ITALIA: INTERNET (2020)

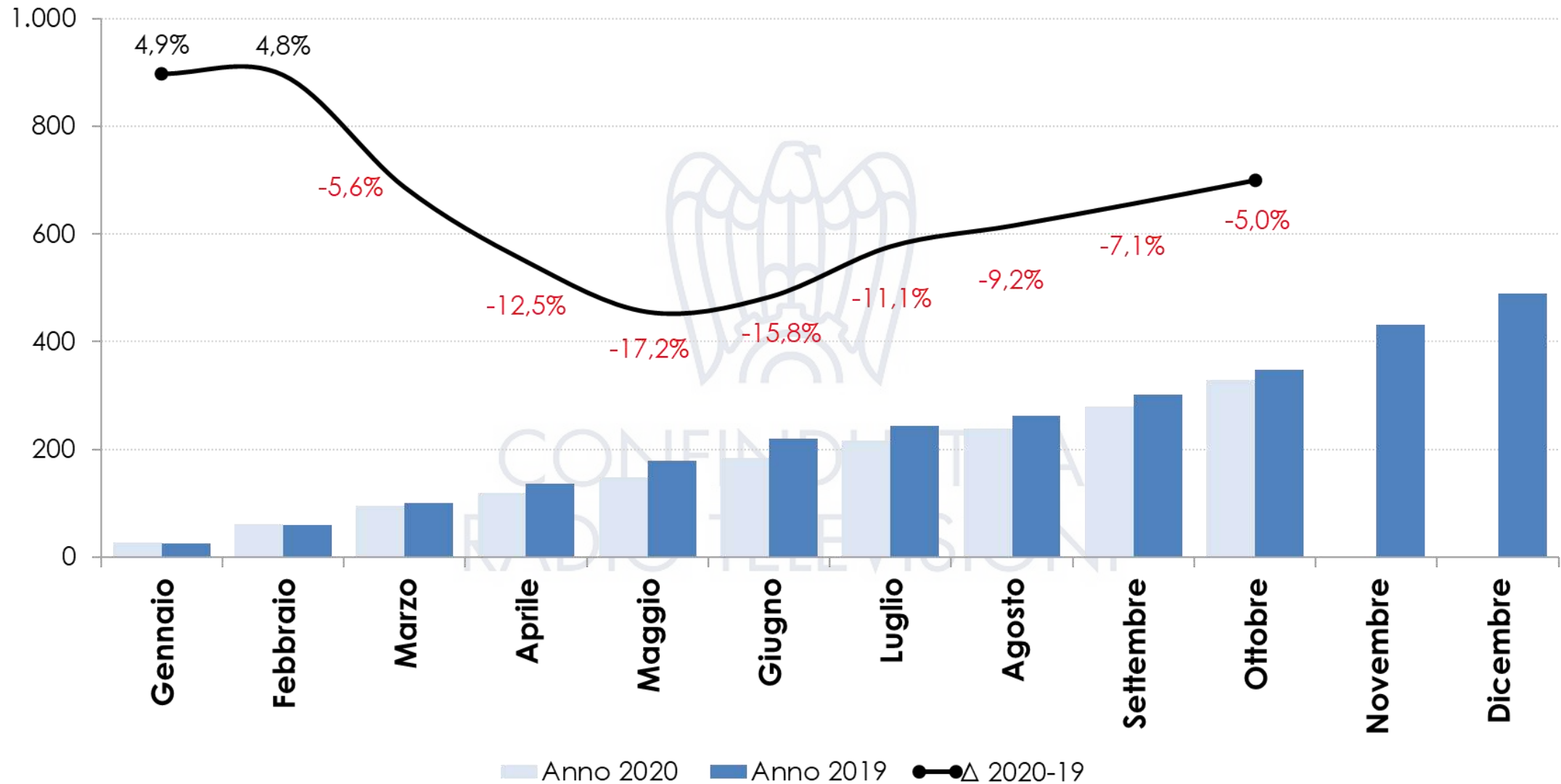
(perimetro FCP vs NIELSEN/OTT)



Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen. Investimenti pubblicitari netti.
Il perimetro «esteso» monitorato da Nielsen include le stime Internet delle componenti Search, Social e Classified (OTT).
Il perimetro «tradizionale» fa riferimento ai soli dati Internet forniti da FCP-AssolInternet.

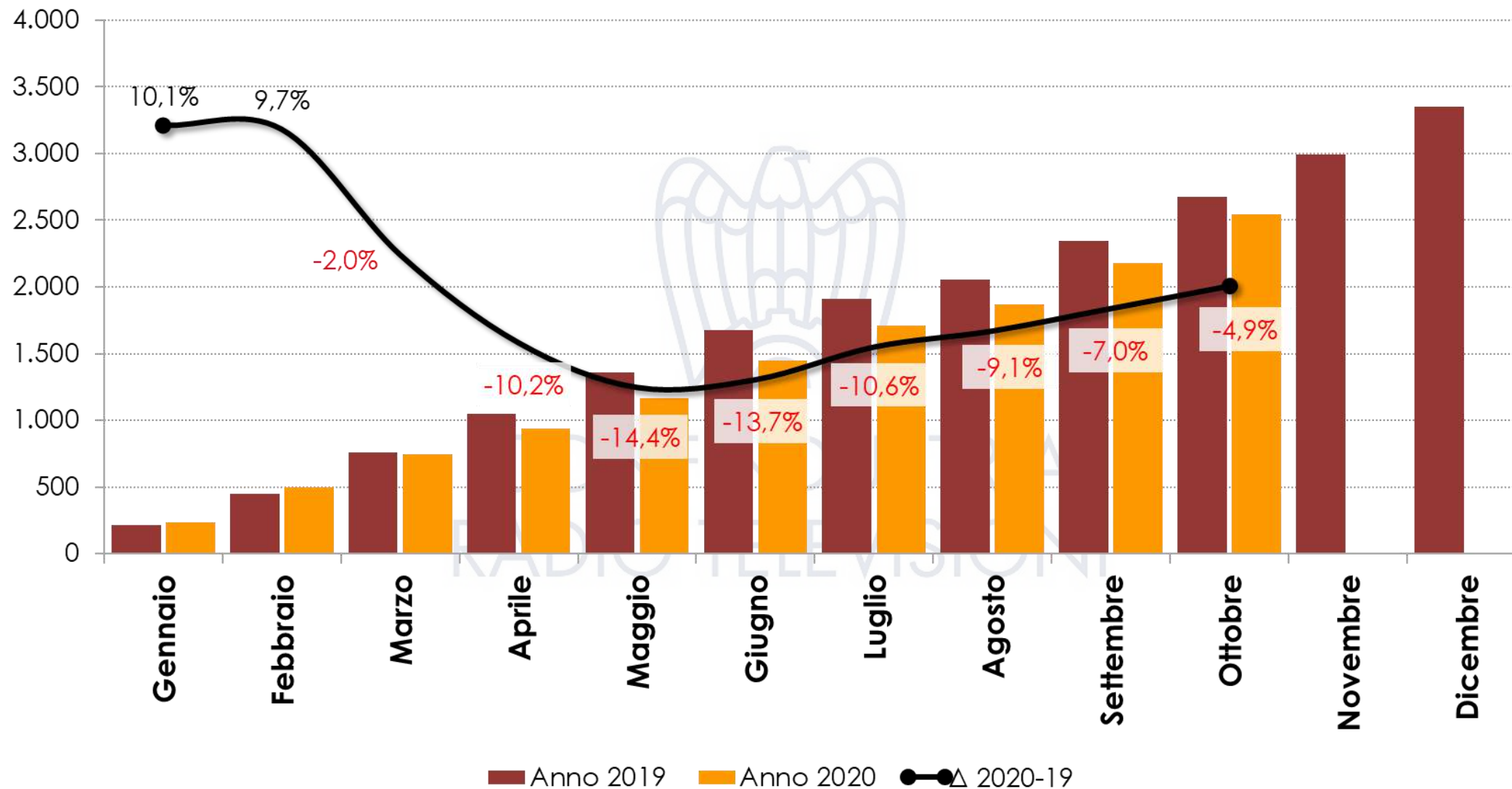
NIELSEN, Investimenti pubblicitari ITALIA: INTERNET (2020)

(milioni di Euro; perimetro FCP-Assointernet)



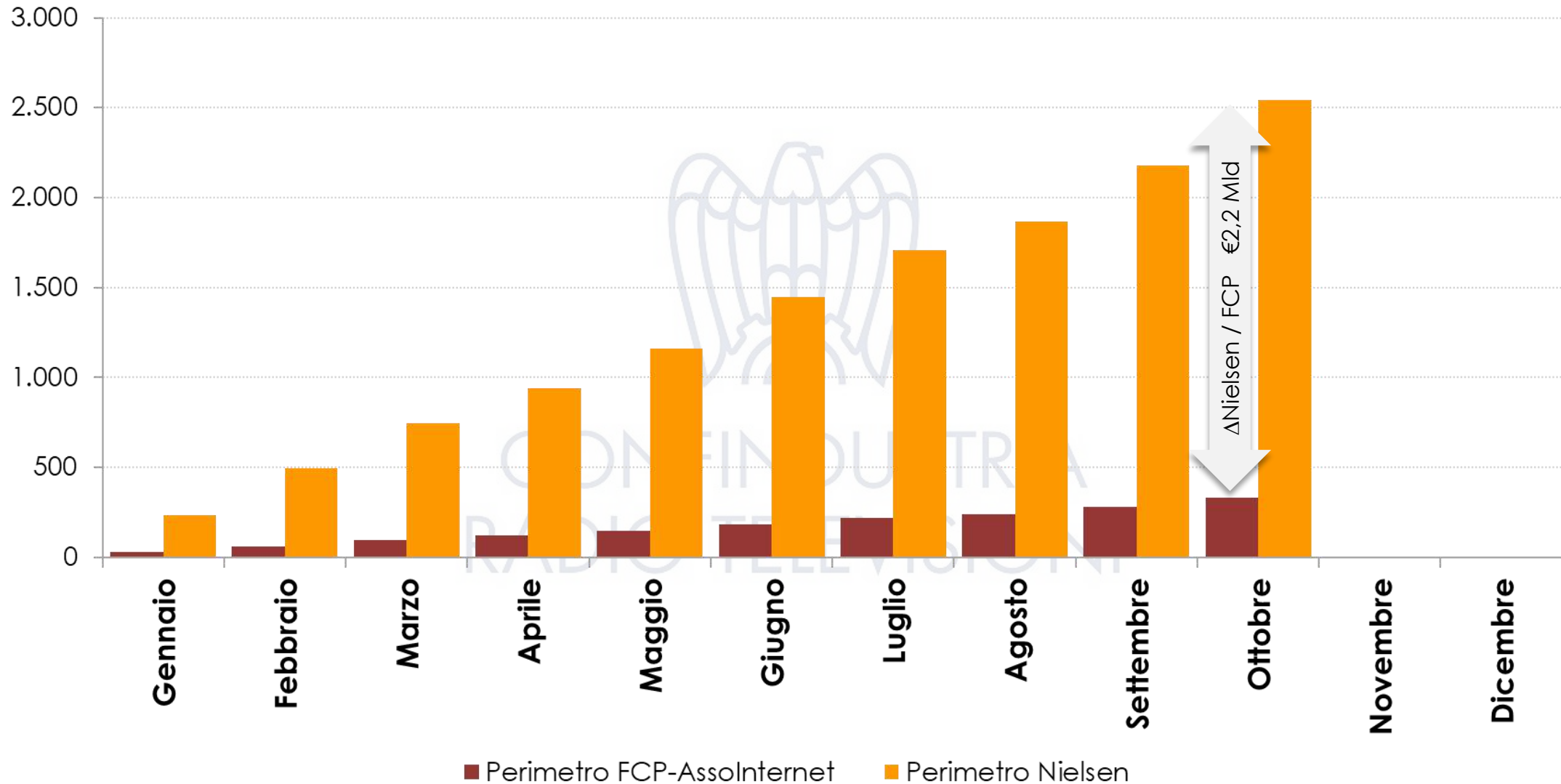
NIELSEN, Investimenti pubblicitari ITALIA: INTERNET (2020)

(milioni di Euro; perimetro NIELSEN/OTT)



NIELSEN, Investimenti pubblicitari ITALIA: INTERNET (2020)

(perimetro FCP vs NIELSEN/OTT)



Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen. Investimenti pubblicitari netti.
Il perimetro «esteso» monitorato da Nielsen include le stime Internet delle componenti Search, Social e Classified (OTT).
Il perimetro «tradizionale» fa riferimento ai soli dati Internet forniti da FCP-AssolInternet.

NIELSEN, Investimenti pubblicitari ITALIA: AREE MERCEOLOGICHE (2020)

(milioni di Euro; perimetro tradizionale)

