

Investimenti pubblicitari in ITALIA **FY 2019**

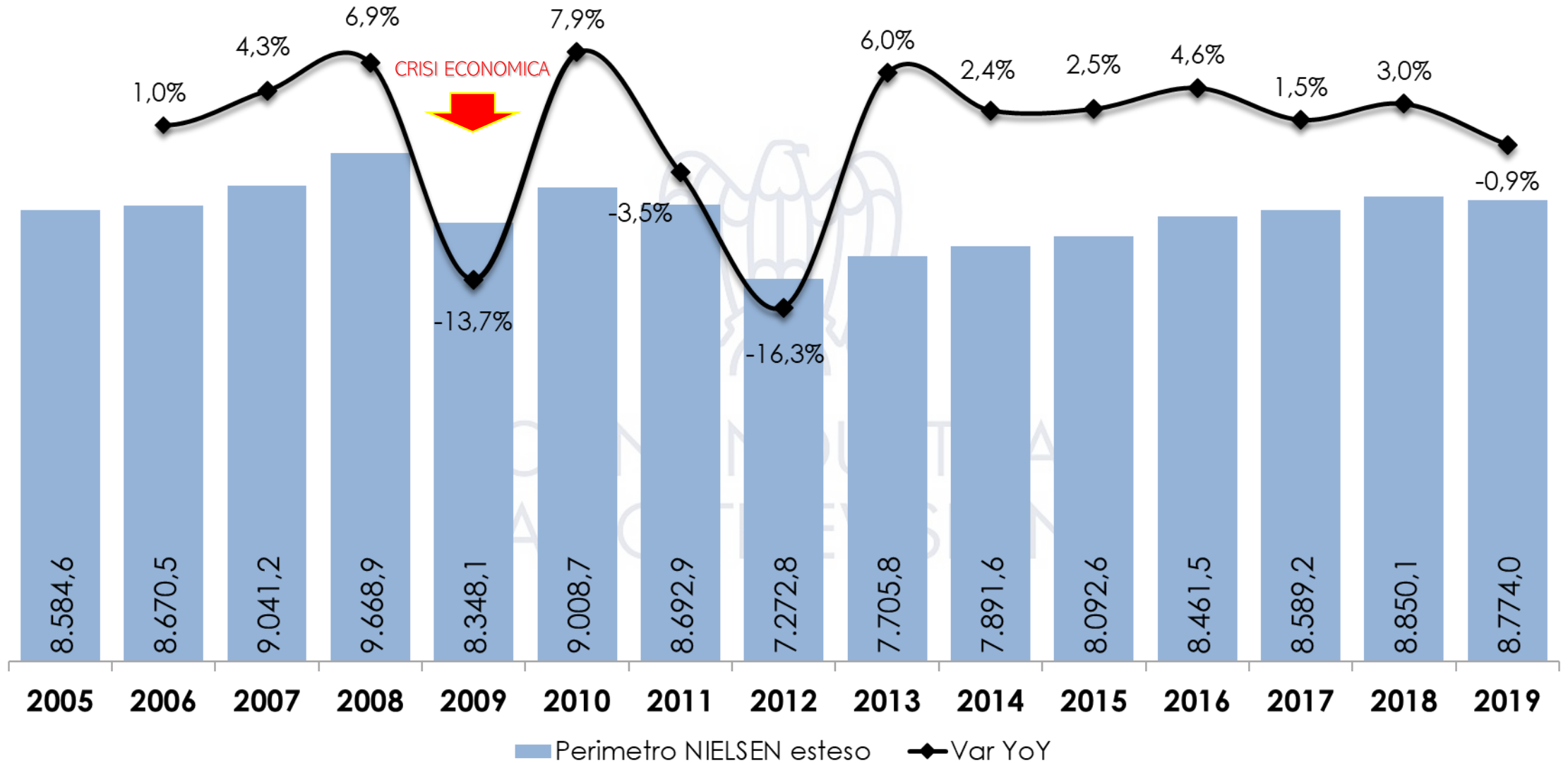
(Nielsen / FCP-AssolInternet)



CONFINDUSTRIA RADIO TELEVISIONI

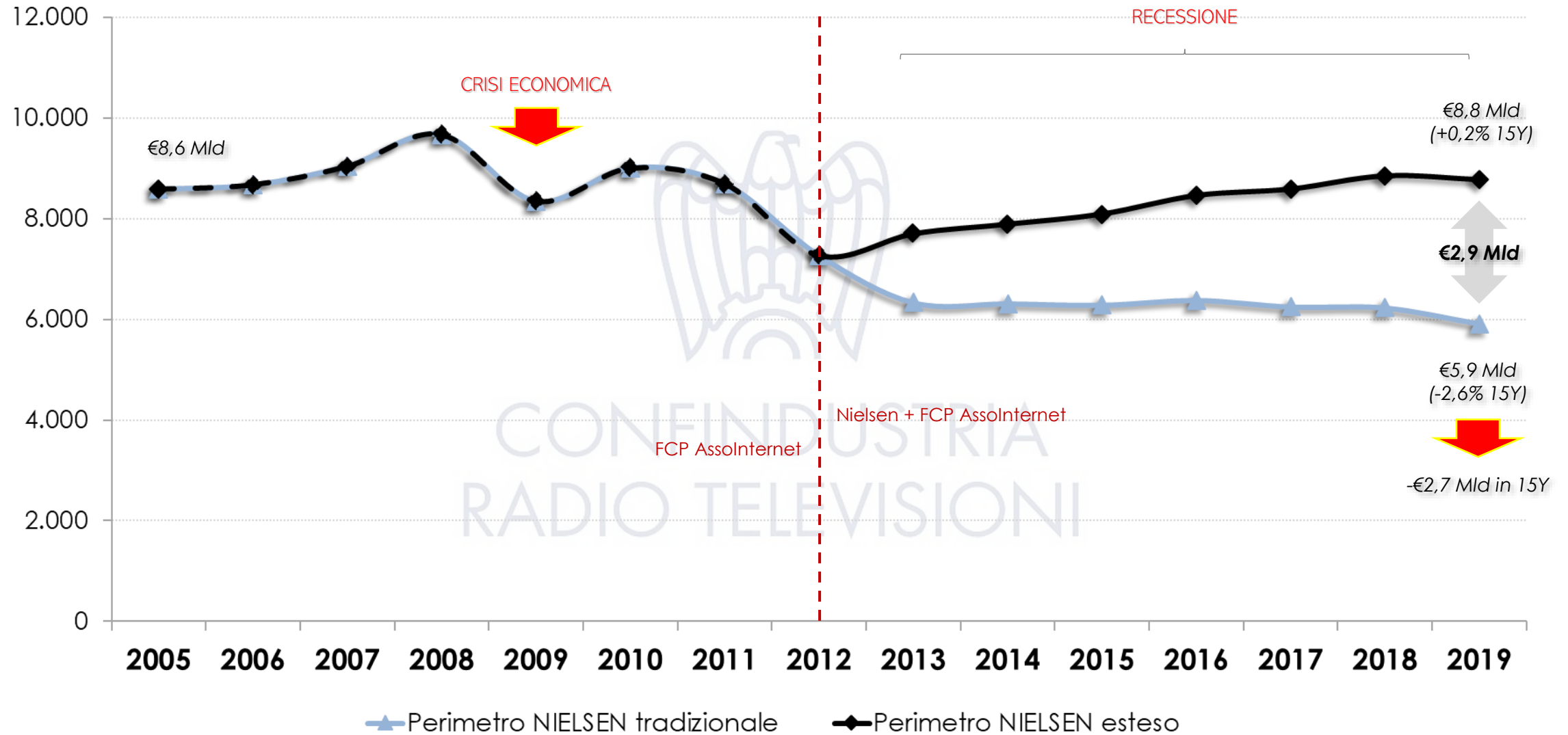
Investimenti pubblicitari ITALIA: Totale mezzi (2005-2019)

(milioni di Euro; perimetro «esteso» NIELSEN)



Investimenti pubblicitari ITALIA: perimetri a confronto (2005-2019)

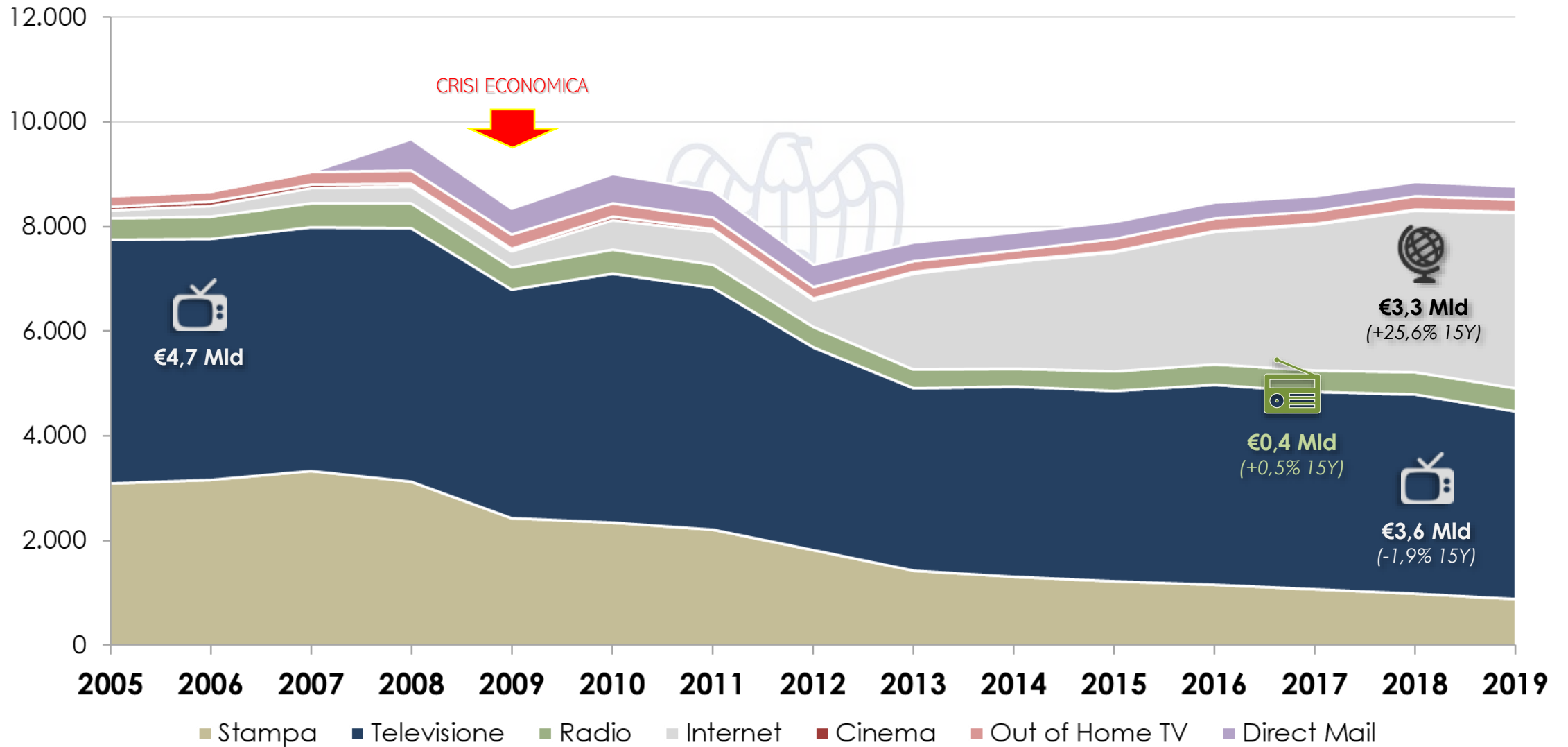
(milioni di Euro)



Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen. Investimenti pubblicitari netti.
Il perimetro «esteso» monitorato da Nielsen, include, dal 2013, le stime Internet delle componenti Search, Social e Classified (OTT).
Il perimetro «tradizionale» fa riferimento ai soli dati Internet forniti da FCP-AssolInternet.

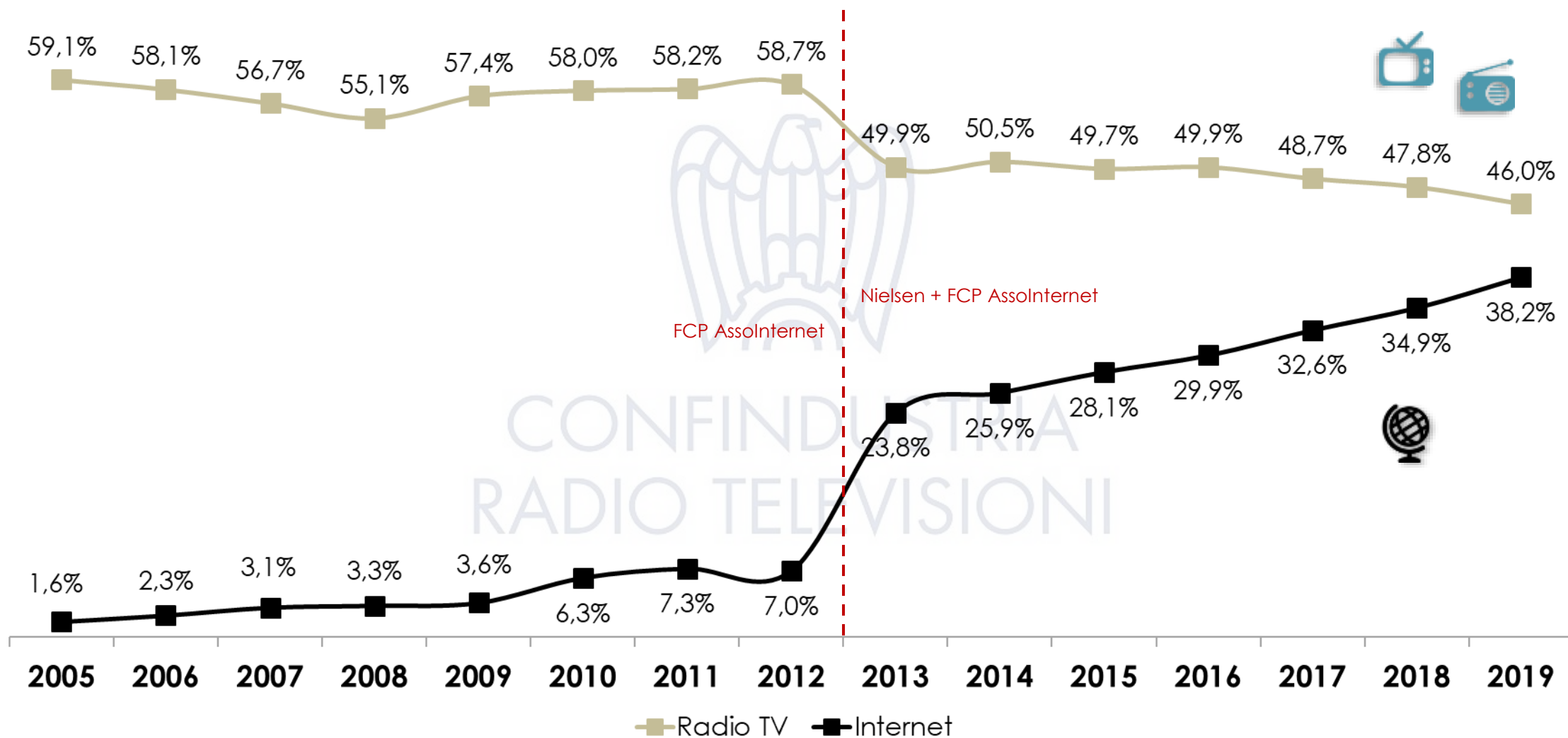
Investimenti pubblicitari ITALIA: andamento Totale mezzi (2005-2019)

(milioni di Euro; perimetro «esteso» NIELSEN)



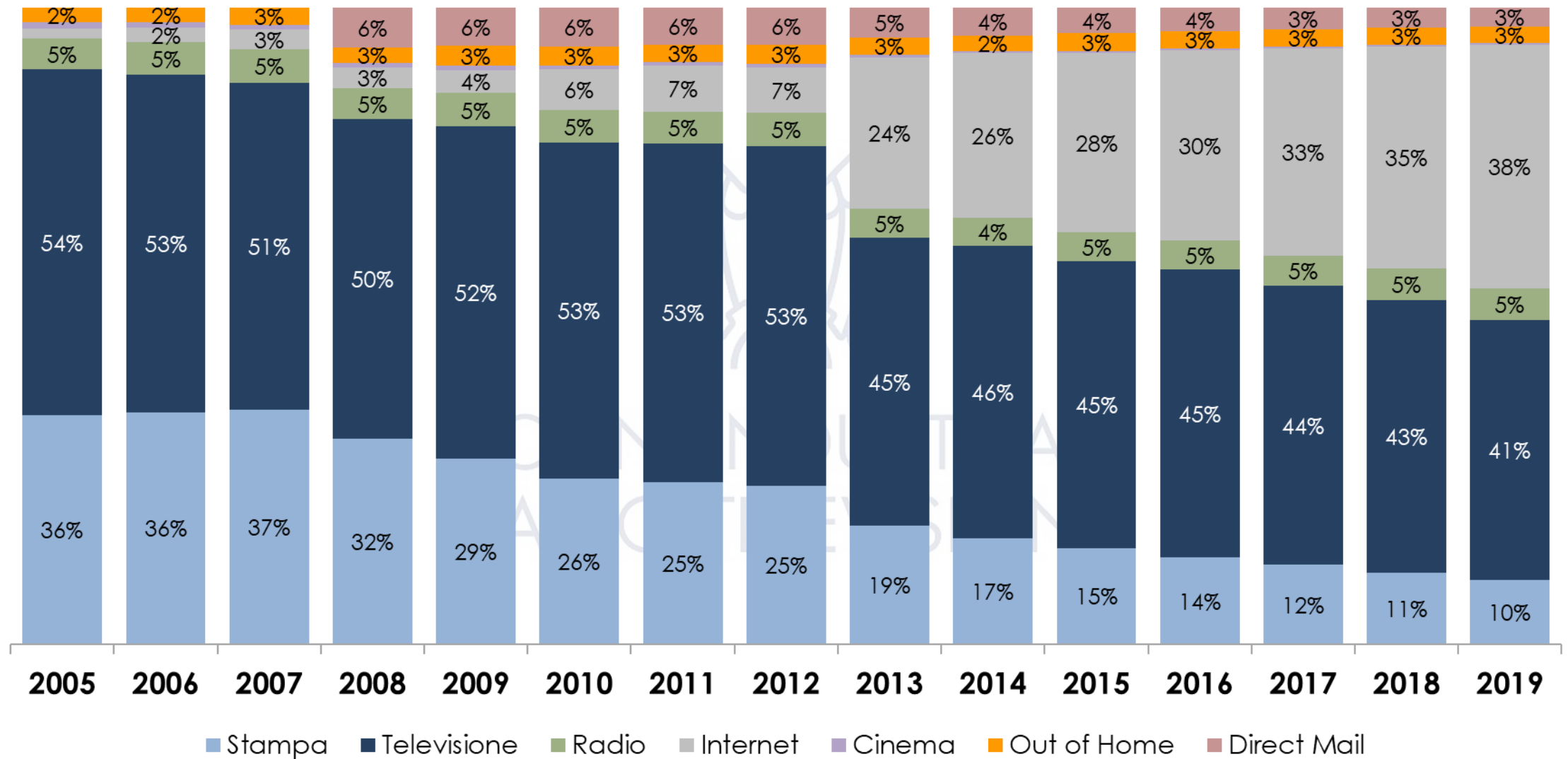
Investimenti pubblicitari ITALIA: quote Mezzi RadioTV e Internet (2005-2019)

(milioni di Euro; perimetro FCP-AssolInternet + NIELSEN)



Investimenti pubblicitari ITALIA: trend quote mezzi (2005-2019)

(% sul Totale; perimetro «esteso» NIELSEN)

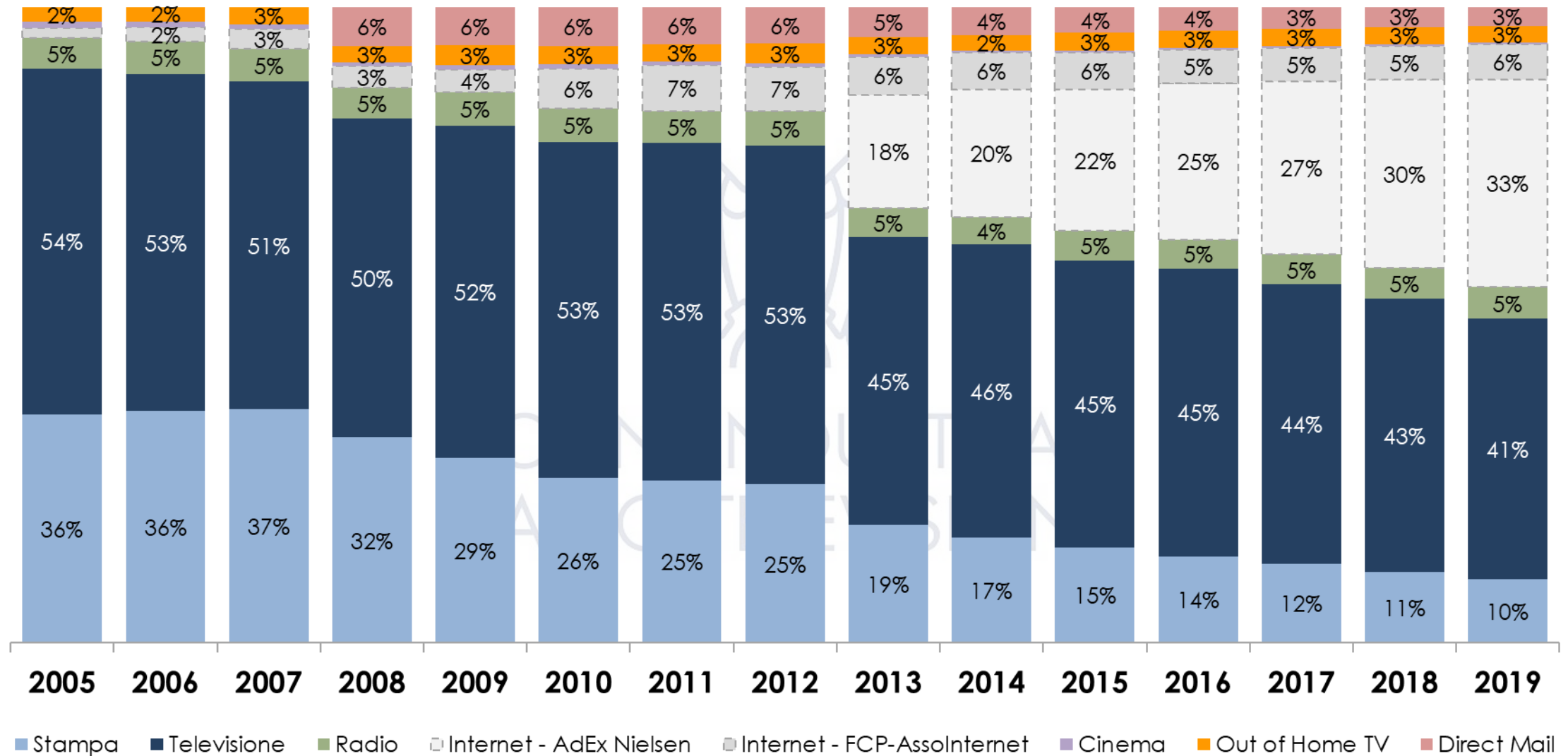


Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen. Investimenti pubblicitari netti.

Il perimetro «esteso» monitorato da Nielsen, include, dal 2013, le stime Internet delle componenti Search, Social e Classified (OTT).

Investimenti pubblicitari ITALIA: trend quote mezzi (2005-2019)

(% sul Totale; perimetro «esteso» NIELSEN)

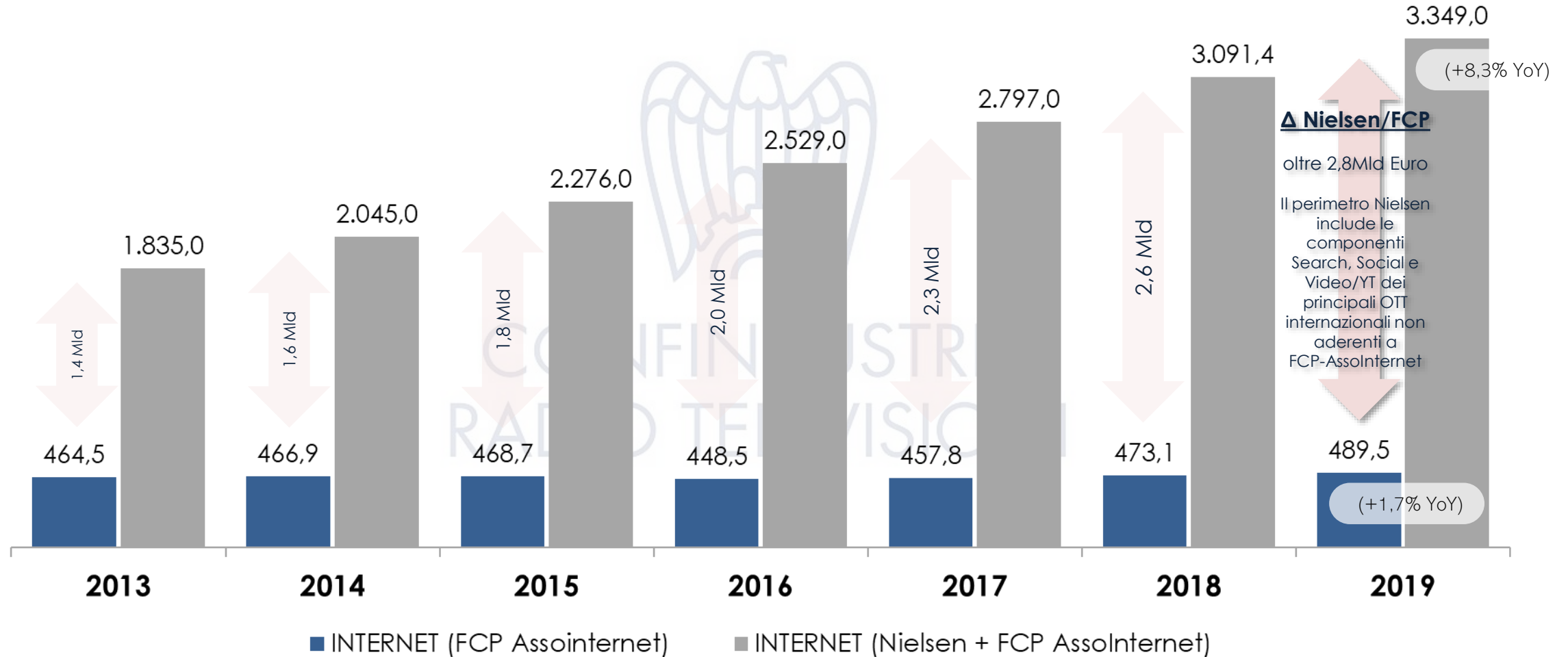


Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen. Investimenti pubblicitari netti.

Il perimetro «esteso» monitorato da Nielsen, include, dal 2013, le stime Internet delle componenti Search, Social e Classified (OTT).

Investimenti pubblicitari ITALIA: stime FCP-NIELSEN (2015-2019)

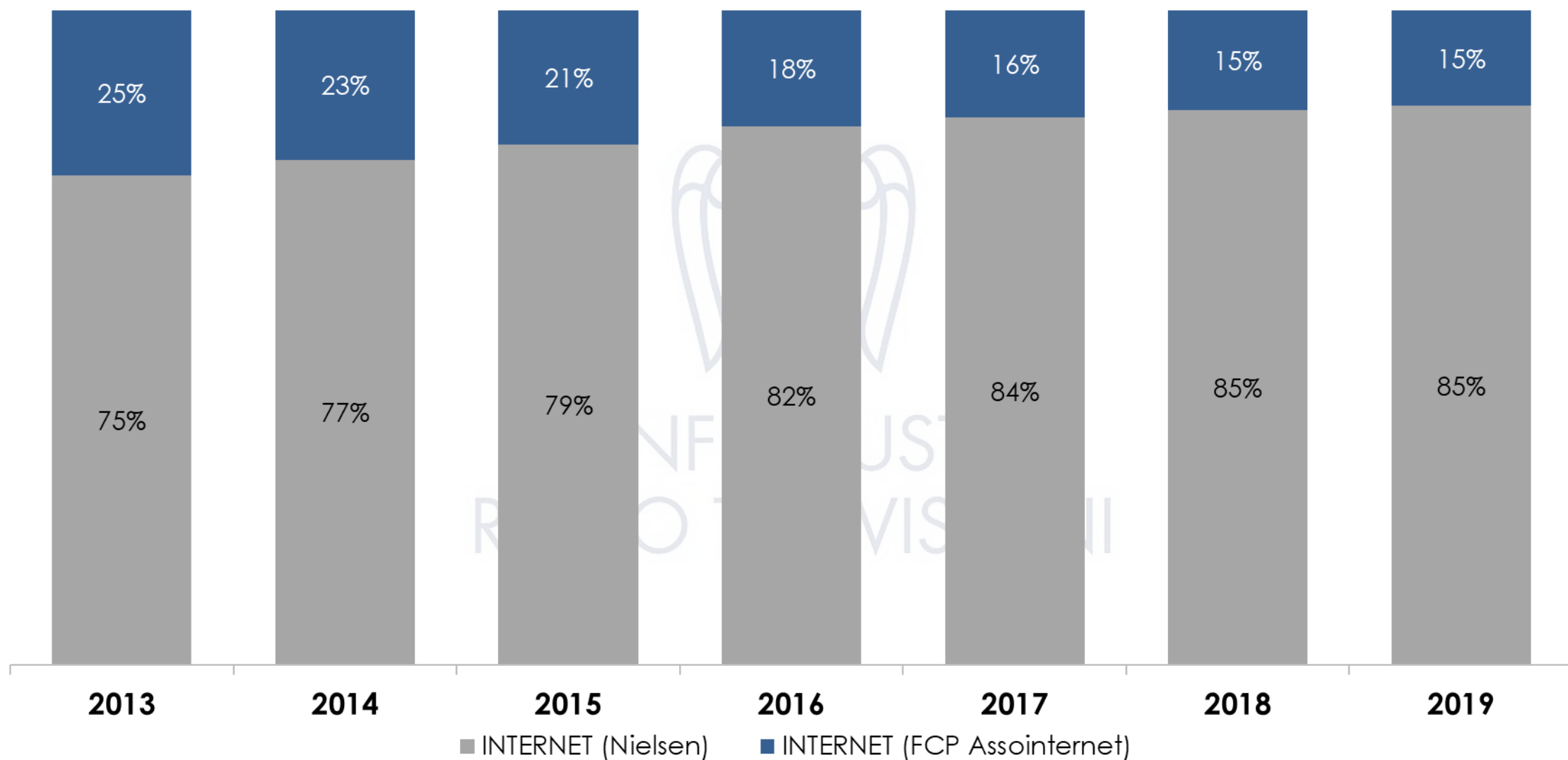
(milioni di Euro)



Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen, AdEx. Le concessionarie rappresentate all'interno dell'Osservatorio FCP-Assointernet sono: 4w MarketPlace, AOL, Class Pubblicità, Editoriale Domus, Edizioni Condé Nast, Hearst Italia, ITALIAONLINE, Kijiji (Gruppo Ebay), A. Manzoni & C. (Gruppo Editoriale L'Espresso), Mediamond (Gruppo Fininvest), PayClick - ClickADV, Piemme, PK Publikompass, Rai Pubblicità (RAI), RCS MediaGroup, SKY Media, Smartclip Italia, Società Pubblicità Editoriale e Digitale, SPM – Società Pubblicità & Media, Sport Network, System 24 (Gruppo Sole24Ore), Talks, TGAdv, Triboo Media, Veesible, Visibilia Pubblicità, WebAds).

Investimenti pubblicitari ITALIA: quote FCP-NIELSEN (2015-2019)

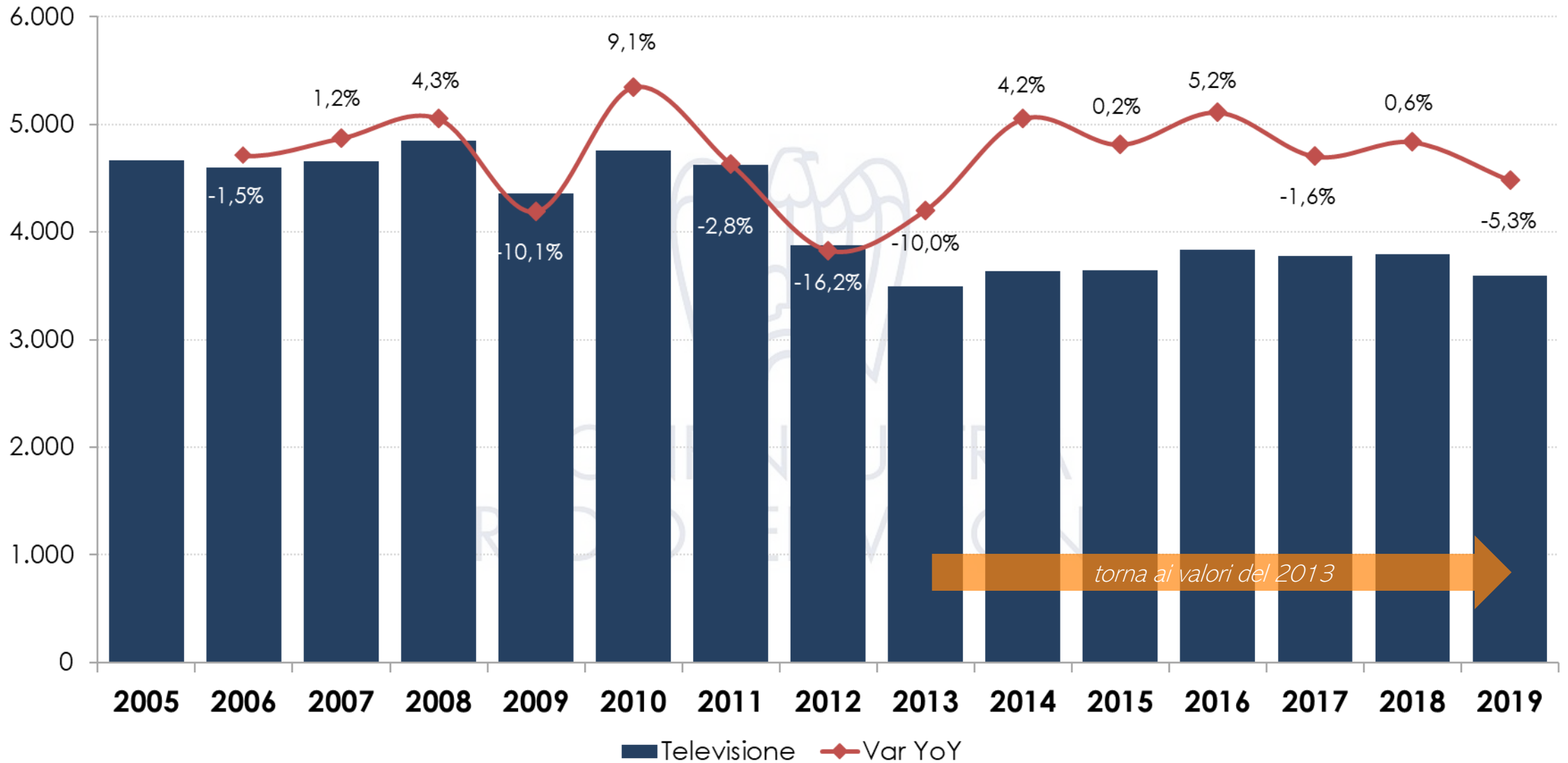
(milioni di Euro)



Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen, AdEx. Le concessionarie rappresentate all'interno dell'Osservatorio FCP-Assointernet sono: 4w MarketPlace, AOL, Class Pubblicità, Editoriale Domus, Edizioni Condé Nast, Hearst Italia, ITALIAONLINE, Kijiji (Gruppo Ebay), A. Manzoni & C. (Gruppo Editoriale L'Espresso), Mediamond (Gruppo Fininvest), PayClick - ClickADV, Piemme, PK Publikompass, Rai Pubblicità (RAI), RCS MediaGroup, SKY Media, Smartclip Italia, Società Pubblicità Editoriale e Digitale, SPM - Società Pubblicità & Media, Sport Network, System 24 (Gruppo Sole24Ore), Talks, TGAdv, Triboo Media, Veesible, Visibilia Pubblicità, WebAds).

Investimenti pubblicitari ITALIA: trend Televisione (2015-2019)

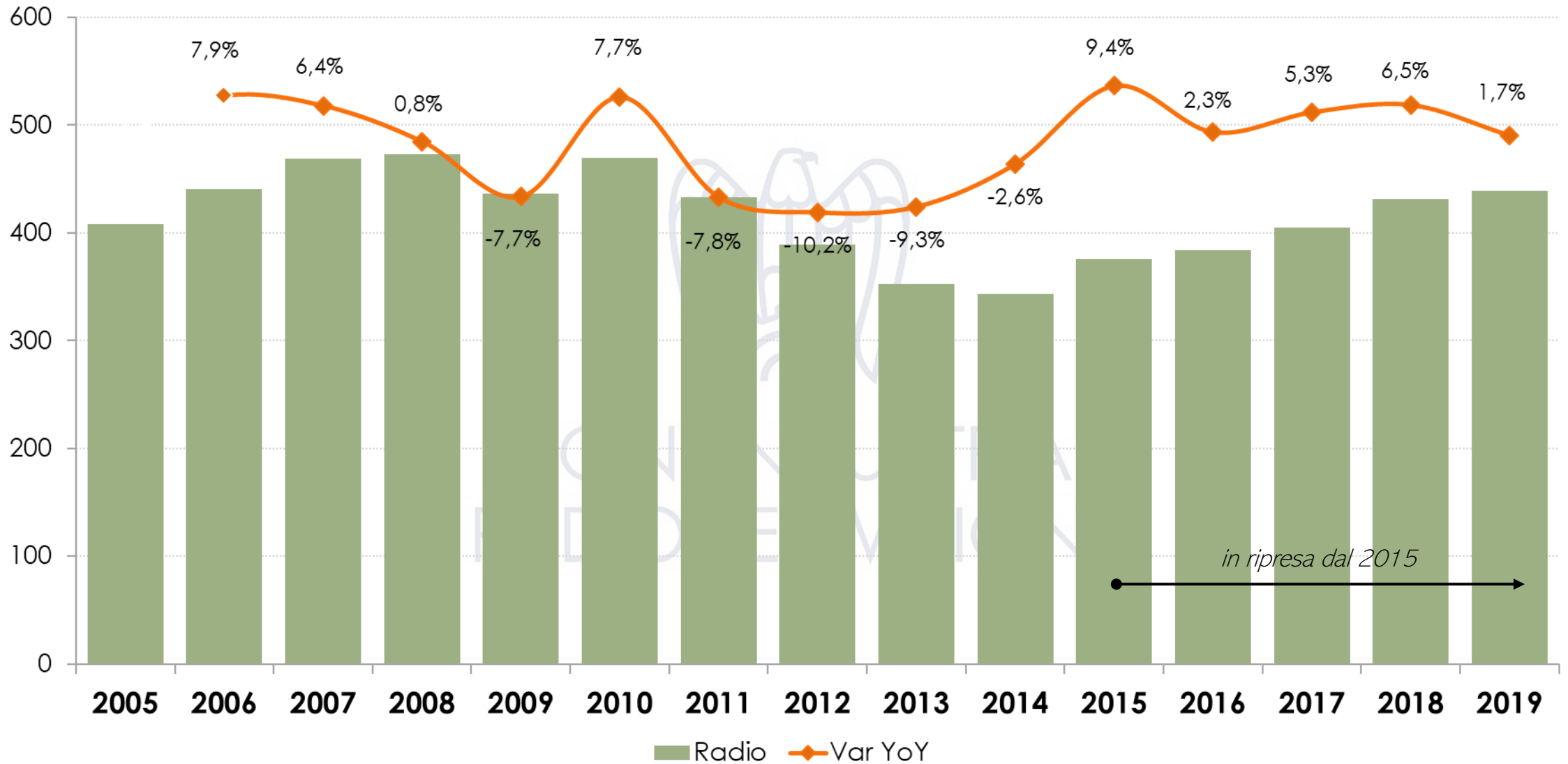
(milioni di Euro)



Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen, AdEx. Le concessionarie rappresentate all'interno dell'Osservatorio FCP-Assointernet sono: 4w MarketPlace, AOL, Class Pubblicità, Editoriale Domus, Edizioni Condé Nast, Hearst Italia, ITALIAONLINE, Kijiji (Gruppo Ebay), A. Manzoni & C. (Gruppo Editoriale L'Espresso), Mediamond (Gruppo Fininvest), PayClick - ClickADV, Piemme, PK PubliKompass, Rai Pubblicità (RAI), RCS MediaGroup, SKY Media, Smartclip Italia, Società Pubblicità Editoriale e Digitale, SPM - Società Pubblicità & Media, Sport Network, System 24 (Gruppo Sole24Ore), Talks, TGAdv, Triboo Media, Veesible, Visibilia Pubblicità, WebAds.

Investimenti pubblicitari ITALIA: trend Radio (2015-2019)

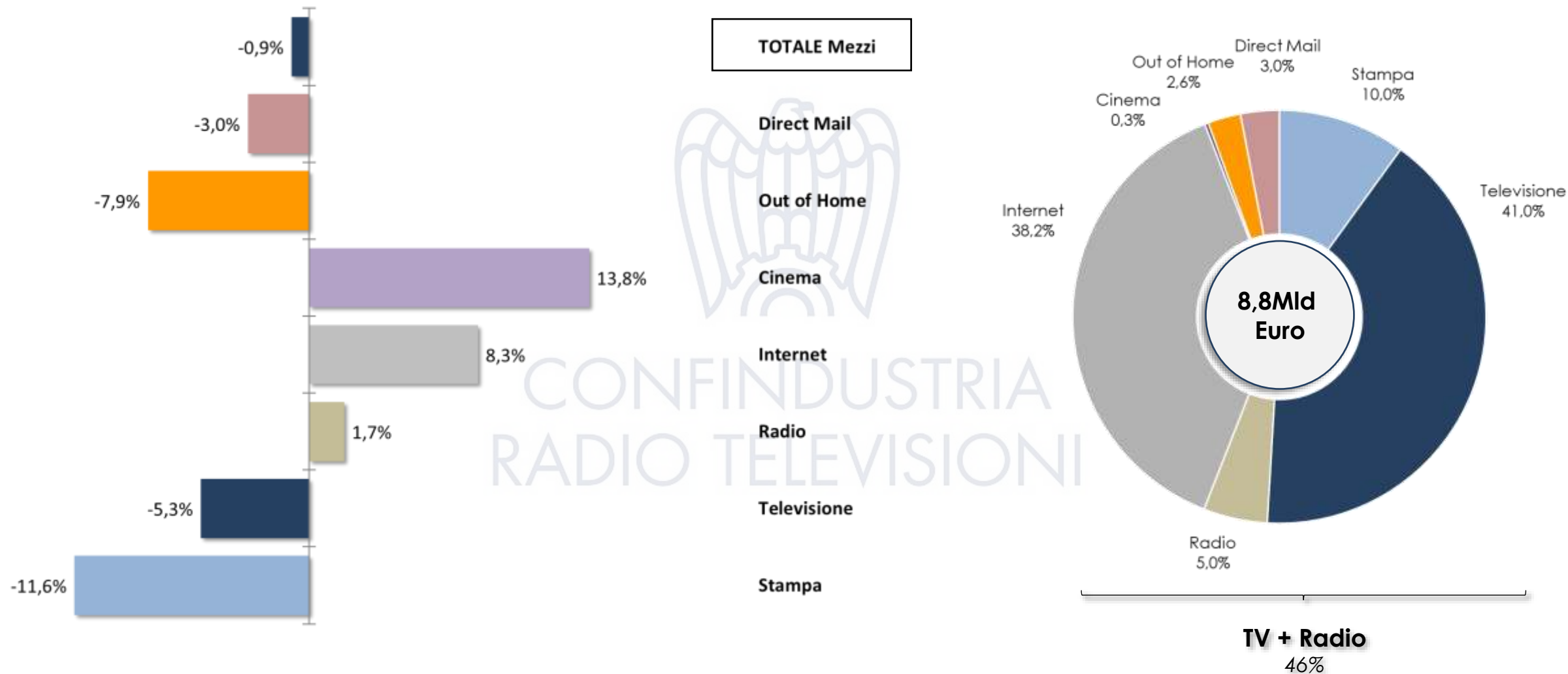
(milioni di Euro)



Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen, AdEx. Le concessionarie rappresentate all'interno dell'Osservatorio FCP-Assointernet sono: 4w MarketPlace, AOL, Class Pubblicità, Editoriale Domus, Edizioni Condé Nast, Hearst Italia, ITALIAONLINE, Kijiji (Gruppo Ebay), A. Manzoni & C. (Gruppo Editoriale L'Espresso), Mediamond (Gruppo Fininvest), PayClick - ClickADV, Piemme, PK PubliKcompass, Rai Pubblicità (RAI), RCS MediaGroup, SKY Media, Smartclip Italia, Società Pubblicità Editoriale e Digitale, SPM - Società Pubblicità & Media, Sport Network, System 24 (Gruppo Sole24Ore), Talks, TGAdv, Triboo Media, Veesible, Visibilia Pubblicità, WebAds).

Investimenti pubblicitari ITALIA: quote mezzi 2019 e Δ YoY

(milioni di Euro; perimetro «esteso» NIELSEN)



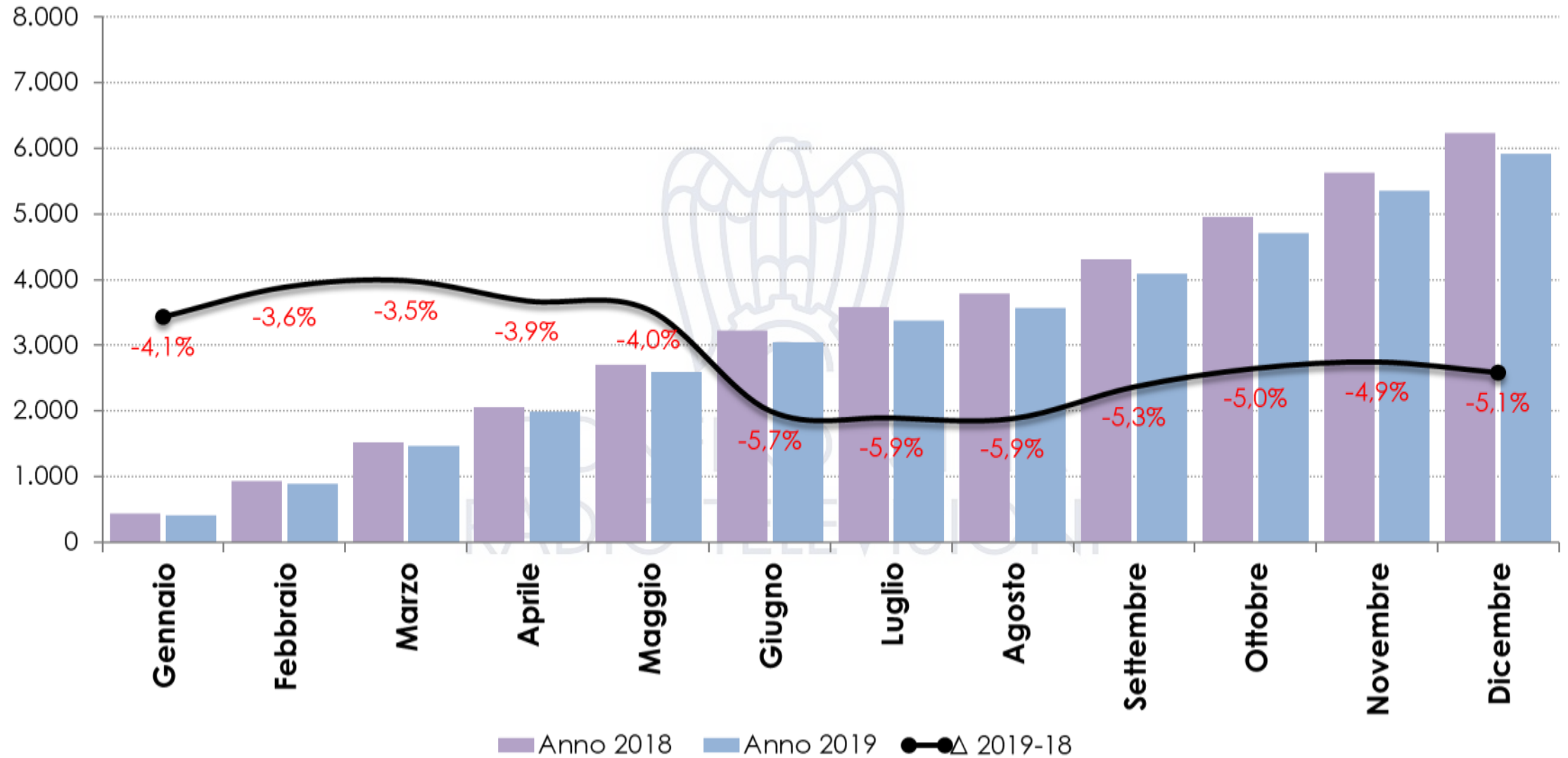
Investimenti pubblicitari ITALIA: perimetri a confronto – YoY Totale mezzi (2019)

Δ 2019/18	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
Perimetro tradizionale	-4,1%	-3,6%	-3,5%	-3,9%	-4,0%	-5,7%	-5,9%	-5,9%	-5,3%	-5,0%	-4,9%	-5,1%
Perimetro esteso	-0,5%	-0,3%	-0,2%	-0,5%	-0,2%	-1,3%	-1,3%	-1,3%	-0,9%	-0,7%	-0,7%	-0,9%

Fonte: elaborazioni Confindustria Radio Televisioni (CRTV) su dati Nielsen. Investimenti pubblicitari netti.
 Il perimetro «esteso» monitorato da Nielsen, include, dal 2013, le stime Internet delle componenti Search, Social e Classified (OTT).
 Il perimetro «tradizionale» fa riferimento ai soli dati Internet forniti da FCP-AssolInternet.

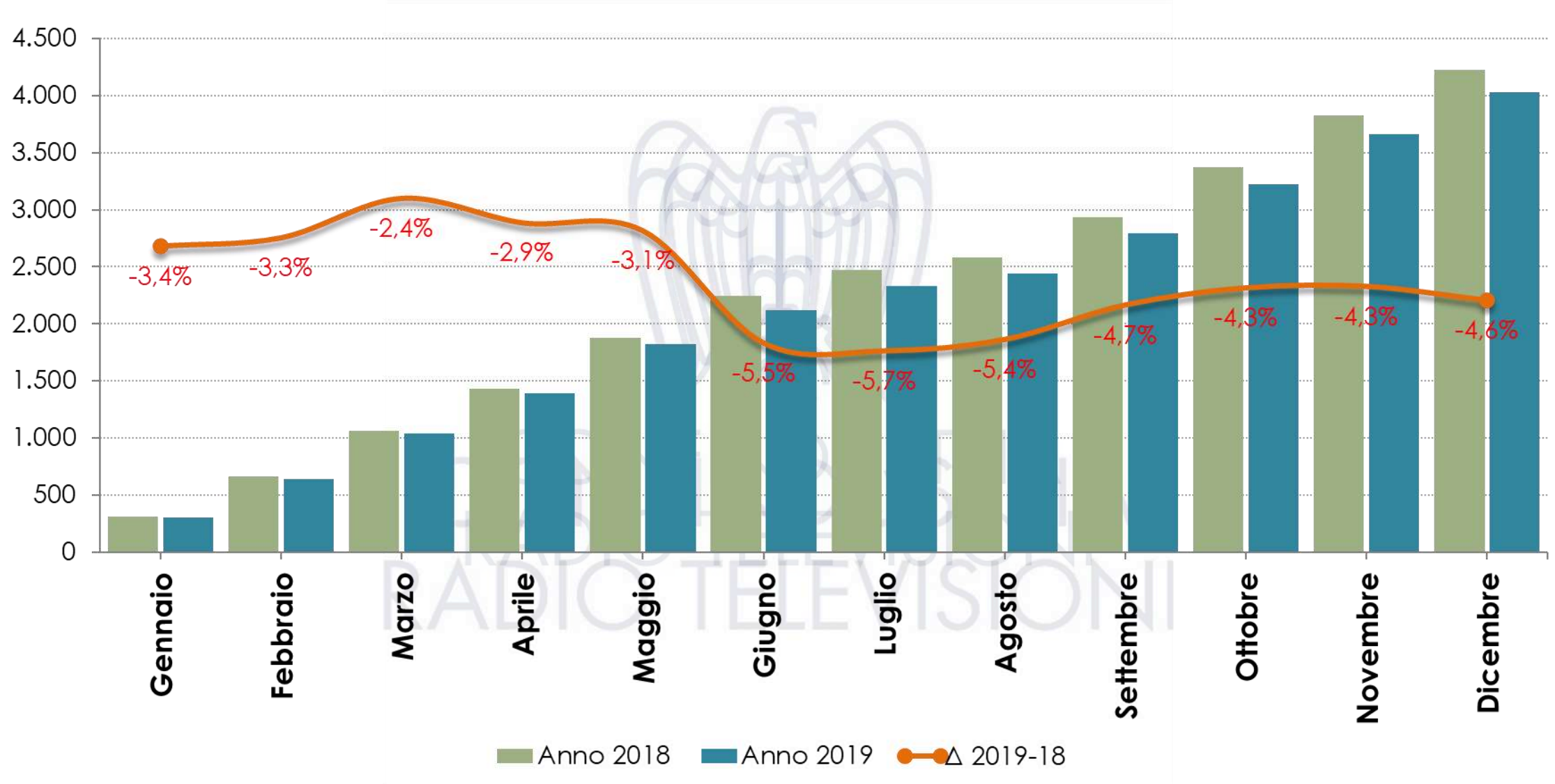
Investimenti pubblicitari ITALIA: totale mezzi NIELSEN (2019)

(milioni di Euro; perimetro tradizionale NIELSEN)



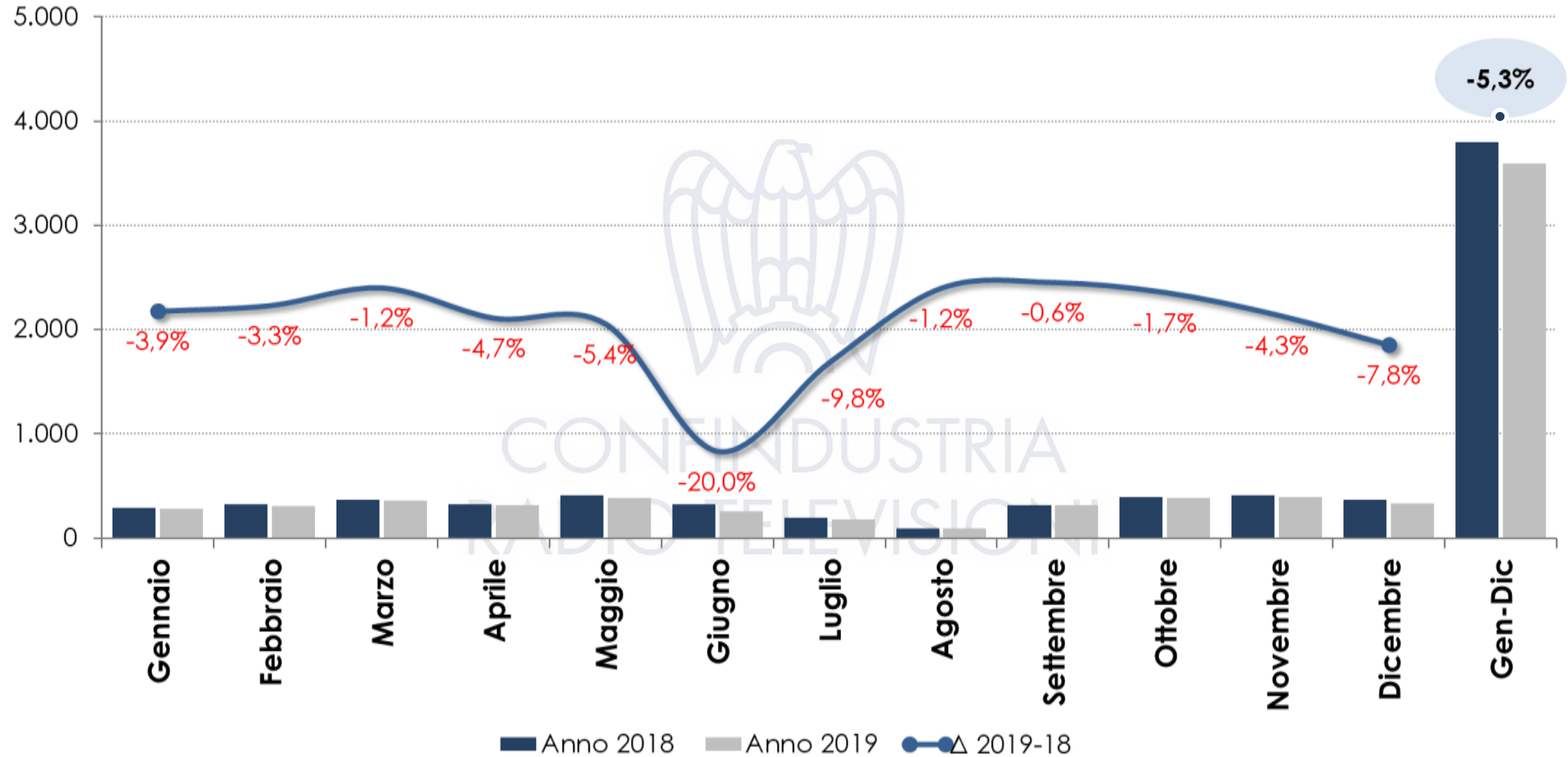
Investimenti pubblicitari ITALIA: Radio & Televisione NIELSEN (2019)

(milioni di Euro; perimetro tradizionale NIELSEN)



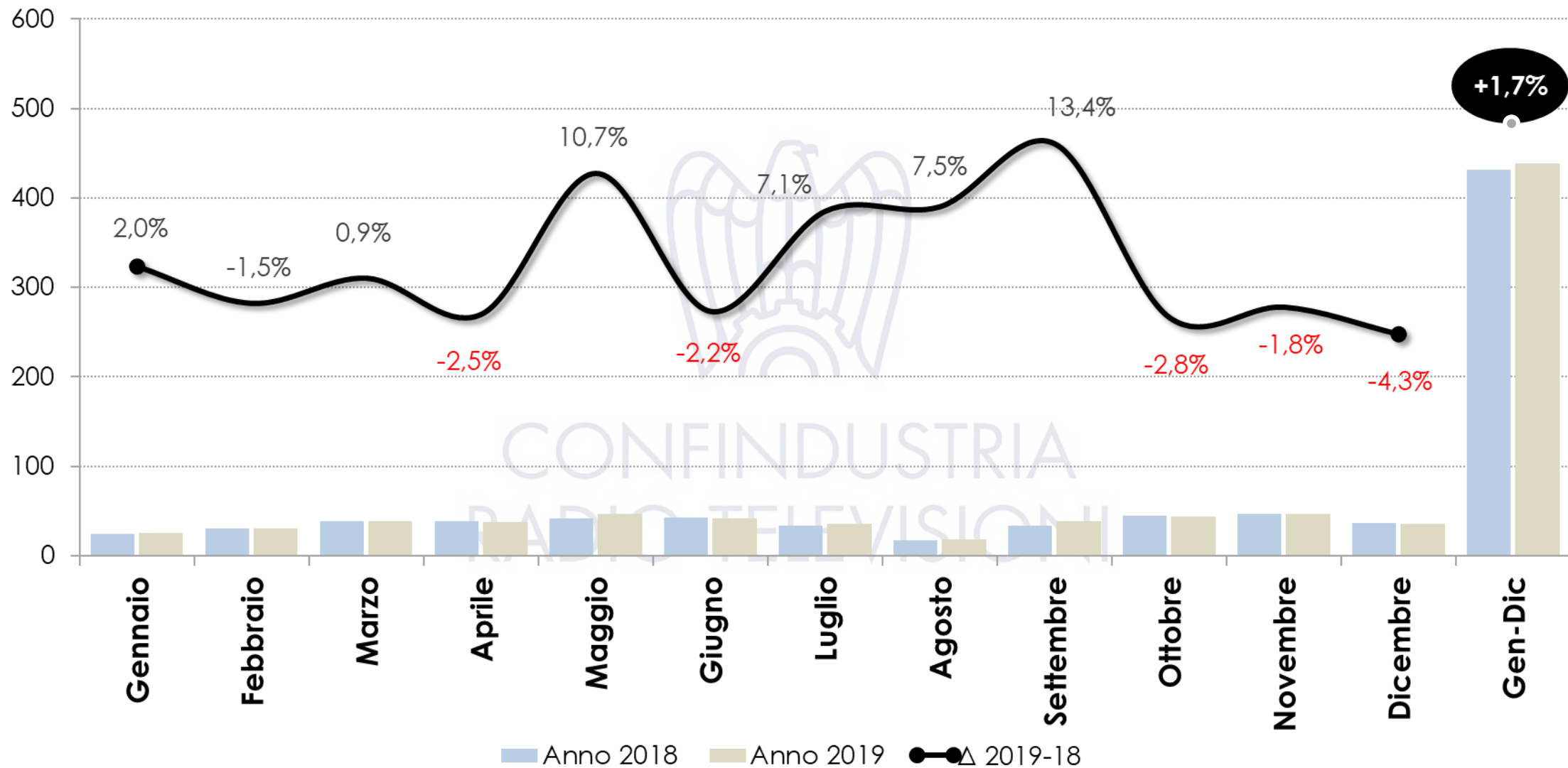
Investimenti pubblicitari ITALIA: Televisione NIELSEN (2019)

(milioni di Euro; perimetro tradizionale NIELSEN)



Investimenti pubblicitari ITALIA: Radio NIELSEN (2019)

(milioni di Euro; perimetro tradizionale NIELSEN)

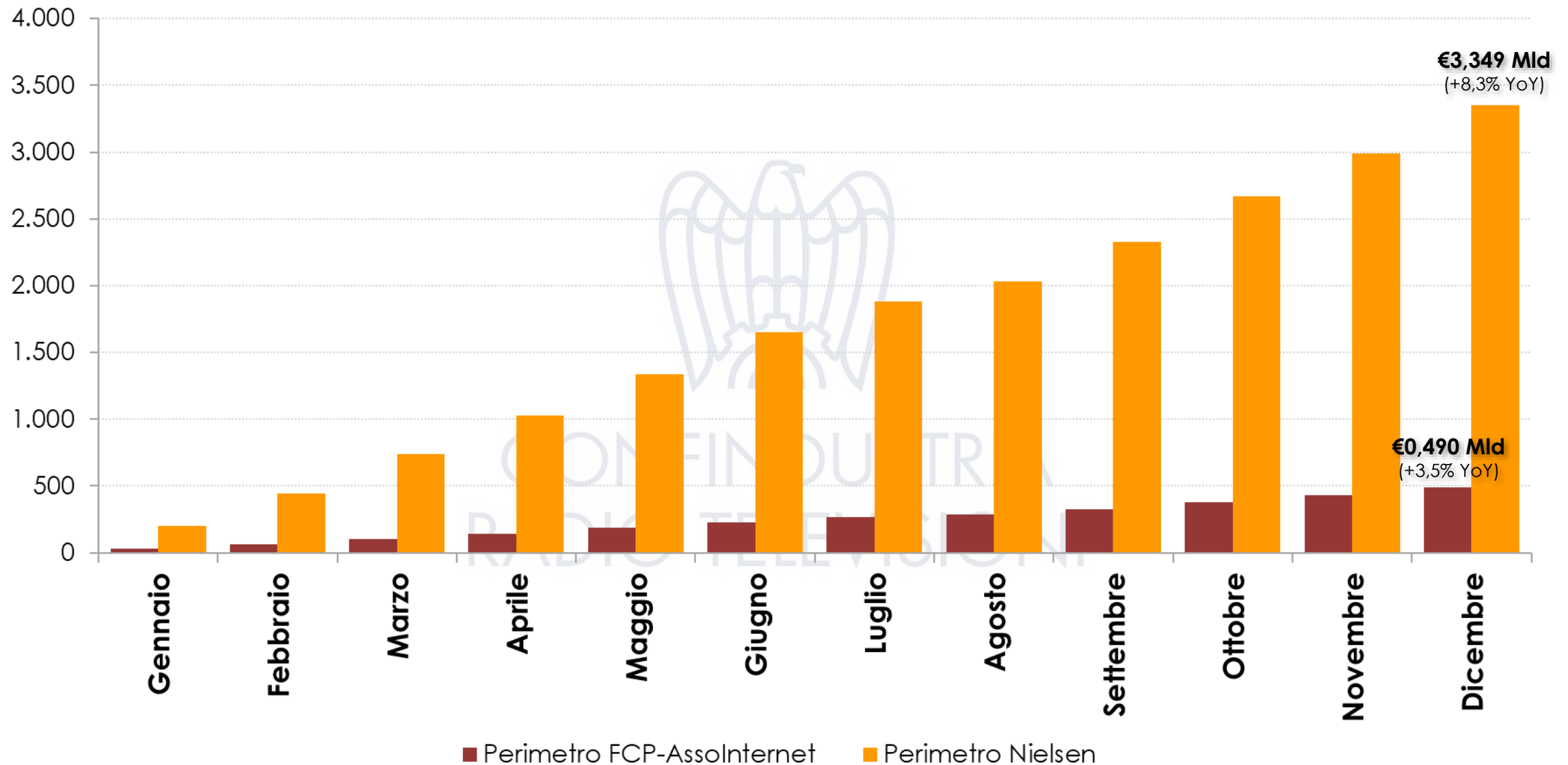


Investimenti pubblicitari ITALIA: perimetri a confronto – Internet YoY (2019)

Δ 2019/18	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
Internet (perimetro FCP-AssolInternet)	4,0%	2,6%	3,0%	1,2%	2,0%	1,2%	1,5%	2,2%	2,1%	2,5%	3,1%	3,5%
Internet (perimetro Nielsen)	9,8%	8,7%	8,7%	8,5%	8,6%	8,5%	8,4%	8,4%	8,4%	8,3%	8,3%	8,3%

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.

Investimenti pubblicitari ITALIA: perimetri a confronto – Internet (2019)



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.

Investimenti pubblicitari ITALIA: aree merceologiche (2019)

(milioni di Euro; perimetro tradizionale NIELSEN)

