

Area

TREND MERCATI

Anno 2015

N. Doc

B-8

Pagine

3

TITOLO

Barometer & Sentiment

Andamento degli investimenti pubblicitari

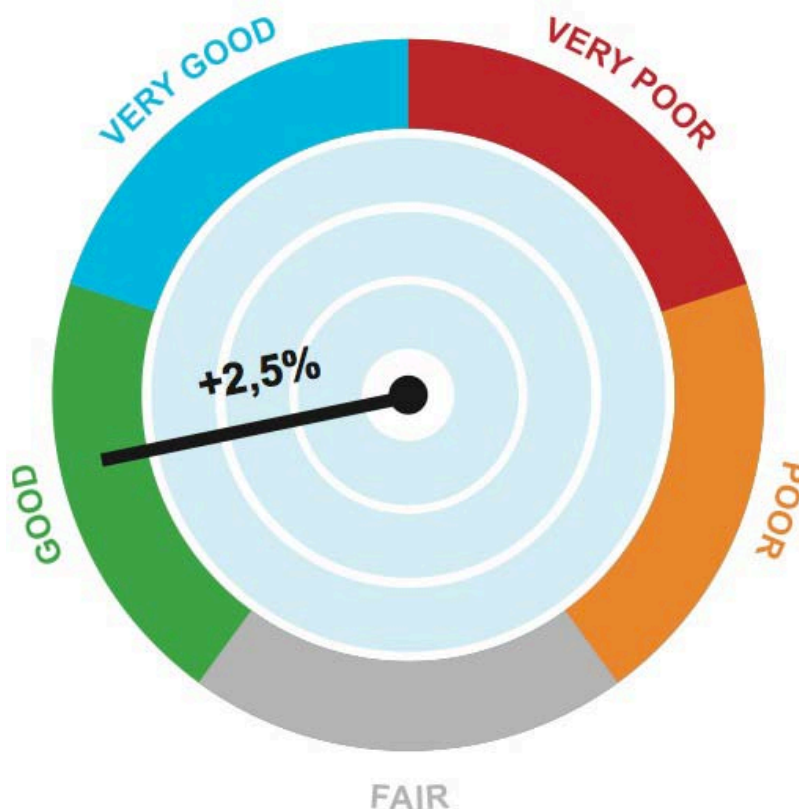
Fonte

Elaborazioni ANES MONITOR su ANALISI BRAND NEWS

Per avere una stima attendibile dello stato di salute del mercato degli investimenti pubblicitari, il sito Brand News elabora periodicamente una rubrica con le previsioni dei principali centri media, sintetizzate a colpo d'occhio da tre sintetici indicatori.

Le previsioni riguardano gli investimenti delle aziende in pubblicità (tv, stampa, radio, esterna, cinema e internet), digital e social. Sono esclusi gli investimenti in classified e direct mail.

AGOSTO - BAROMETER



L'indicatore Barometer fornisce una stima sul corso degli investimenti del mese appena terminato (Agosto).

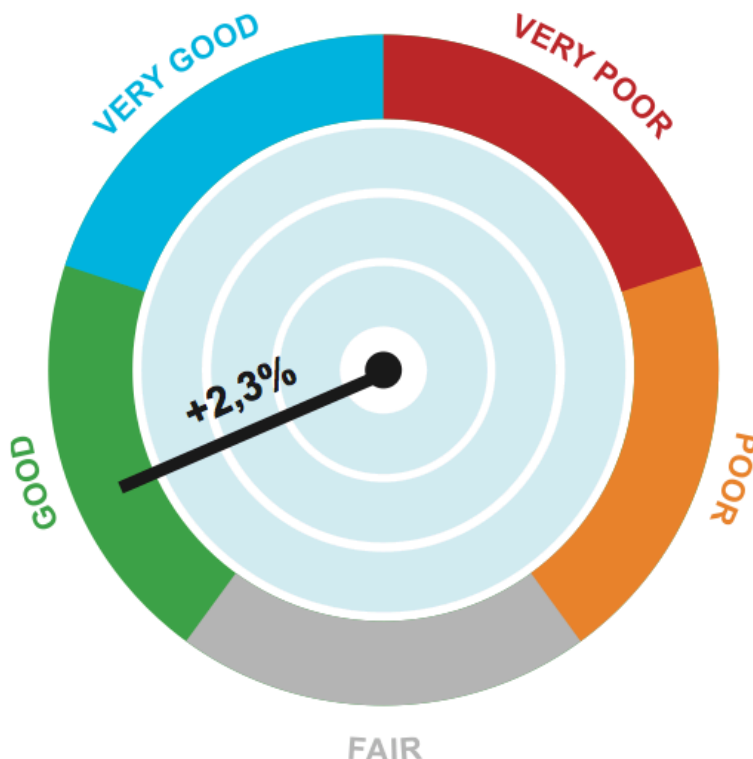
Finalmente segnali positivi sul mercato pubblicitario. Agosto è stato caratterizzato da una buona domanda (a beneficio soprattutto della TV) per l'anticipo della serie A di calcio, ma l'ultimo periodo del 2014 fu particolarmente negativo (agosto -11,2%, settembre -6,2%, ottobre -5,2%, novembre -7,2%) e quindi è ragionevole attendersi un fine 2015 positivo.

Il secondo indicatore, Sentiment, stima invece l'andamento degli investimenti del mese in corso (Settembre).

Settembre è da sempre caratterizzato da due periodi diversi: le prime settimane, in continuità con palinsesto e audience estivi, hanno fatto registrare una domanda più contenuta. Decisamente più vivace invece la domanda per la seconda metà del mese con casi di overbooking.

Complessivamente, buona la situazione per la tv (in sicura crescita anche per l'avvio di MTV e DeeJay), sempre positiva quella della radio e ancora in ritardo internet.

SETTEMBRE - SENTIMENT



Il terzo indicatore è Forecast, proiezione sulla chiusura dell'anno in corso.

