

Area

TREND MERCATI

Anno 2015

N. Doc

B-13

Pagine

3

TITOLO

Barometer & Sentiment

Andamento degli investimenti pubblicitari

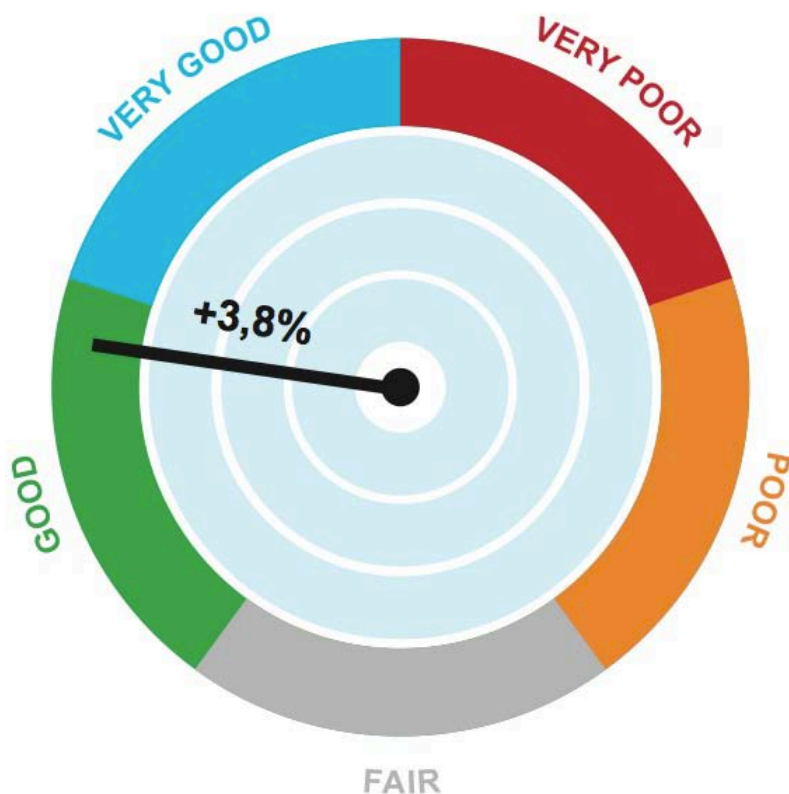
Fonte

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 elaborazione ponderata delle previsioni dei principali centri media, sintetizzata 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. I dati non sono quindi confrontabili con quelli di Nielsen.

NOVEMBRE - BAROMETER



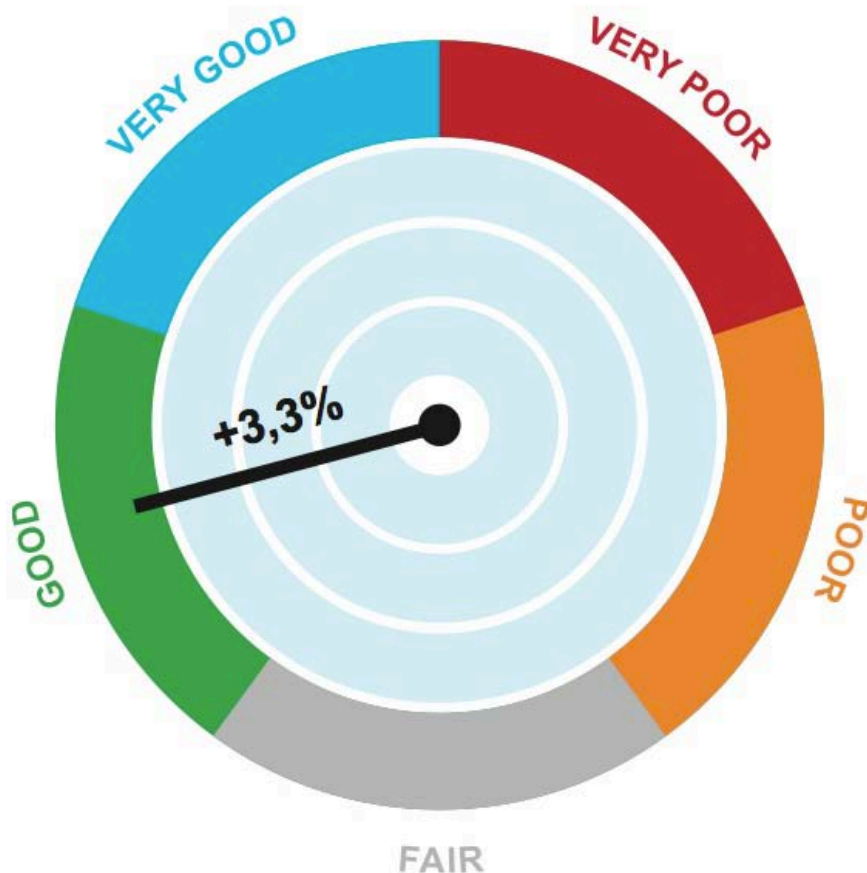
L'indicatore Barometer stima il corso degli investimenti del mese terminato (Novembre).

Si mantiene la tendenza brillante della tv (soprattutto reti Rai), con situazioni di affollamento ripetute. L'altra faccia della medaglia è ovviamente costituita dalla difficoltà di reperimento spazi da parte delle campagne.

La radio si conferma il mezzo con la miglior performance del 2015.

In sofferenza invece gli investimenti in ambito digitale (ad eccezione, come è noto, dei due big Google e Facebook).

DICEMBRE - SENTIMENT



La proiezione sintetica sulla chiusura dell'anno in corso è in miglioramento (il mese precedente era di +1%).

FORECAST 2015

+1,7%