

Area

TREND MERCATI

Anno 2016

N. Doc

B-3

Pagine

3

TITOLO

Barometer & Sentiment

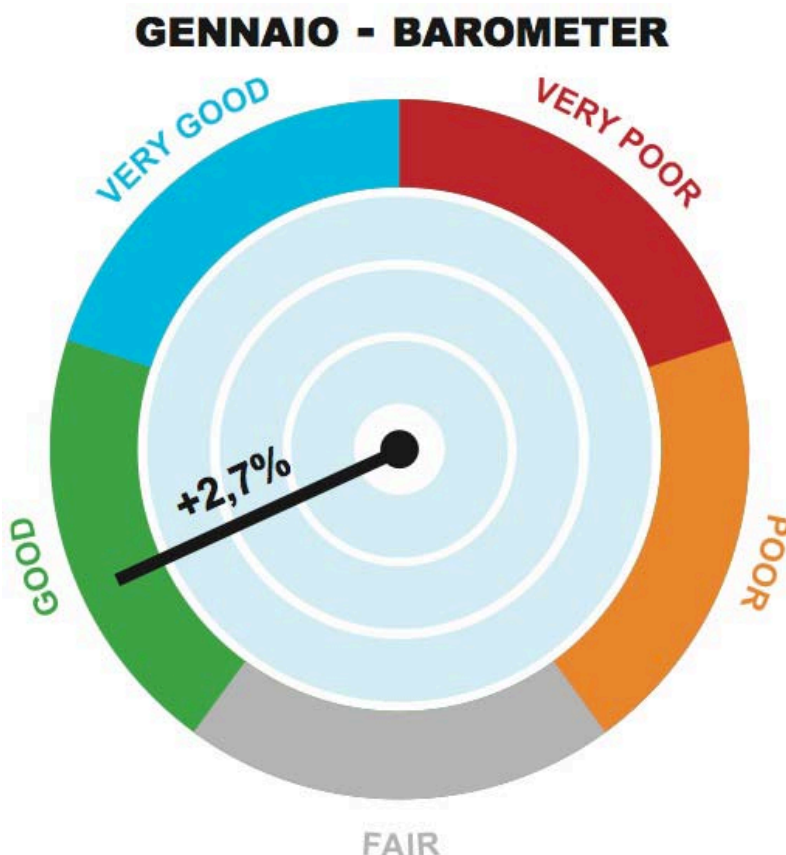
Andamento degli investimenti pubblicitari

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.

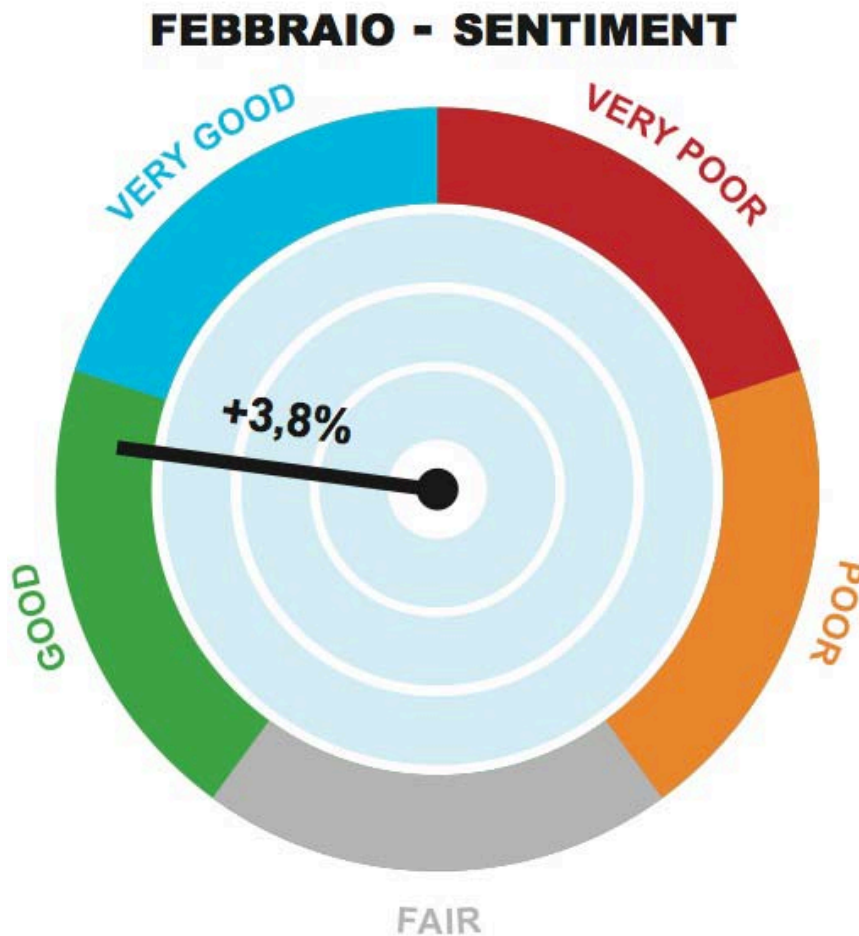
Le previsioni riguardano gli investimenti delle aziende in pubblicità (tv, stampa, radio, esterna, cinema e internet), digital e social. Sono esclusi gli investimenti in classified e direct mail. I dati non sono quindi confrontabili con quelli di Nielsen.



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

La partenza del 2016 è decisamente positiva nel solco della chiusura del 2015, non solo per la crescita della televisione e di internet (anche se un centro media segnala una decisa frenata per il web), ma anche per la radio (che conferma l'andamento del 2015) fino all'OOH.

L'indicatore Sentiment stima il corso degli investimenti del mese in corso (Febbraio).



L'indicatore Forecast infine proietta le stime sulla chiusura dell'anno in corso.

