

Area

TREND MERCATI

Anno 2016

N. Doc

B-7

Pagine

3

TITOLO

Barometer & Sentiment

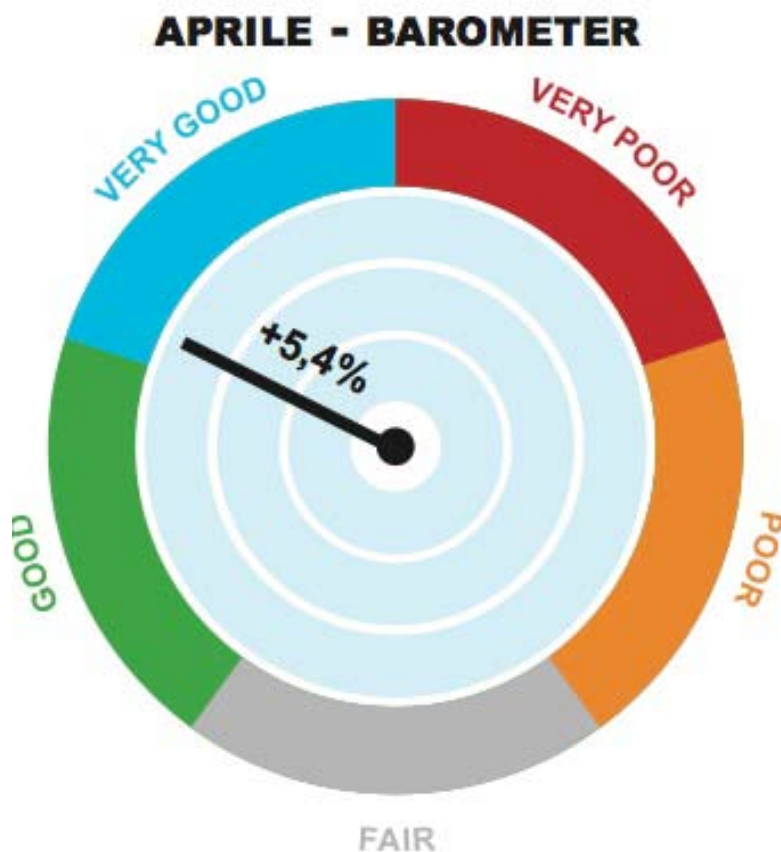
Andamento degli investimenti pubblicitari

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 di aprile.

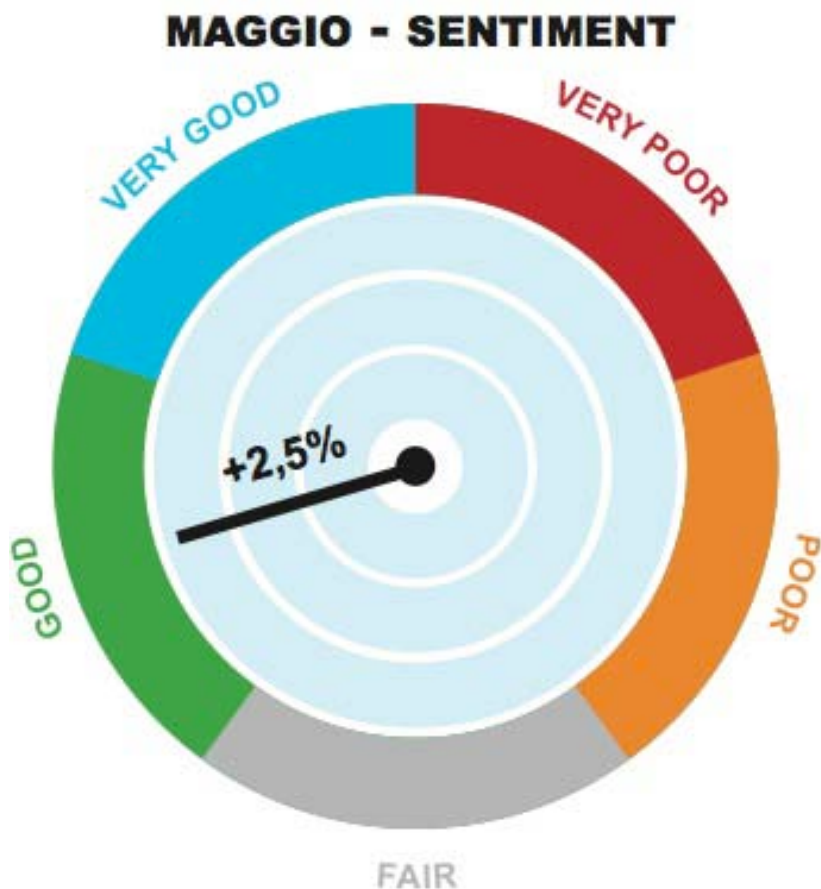
Dopo marzo si rileva una ripresa degli investimenti, soprattutto trainati dalla televisione e forti del confronto con lo stesso periodo dello scorso anno che coincideva con le festività pasquali.

Analogamente, una crescita più bassa su maggio (v. pag. successiva) è da mettere in relazione al livello alto di un anno fa (già in crescita rispetto al 2014).

Tra le categorie merceologiche, forte la pressione esercitata dalle tlc su tv e digital.

La radio, in rallentamento nel primo quadrimestre, ritorna sui livelli dello scorso anno.

L'indicatore Sentiment stima l'andamento degli investimenti del mese di maggio.



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

