

Area

**TREND MERCATI**

Anno 2017

N. Doc

**B-6**

Pagine

**3**

TITOLO

# Barometer & Sentiment

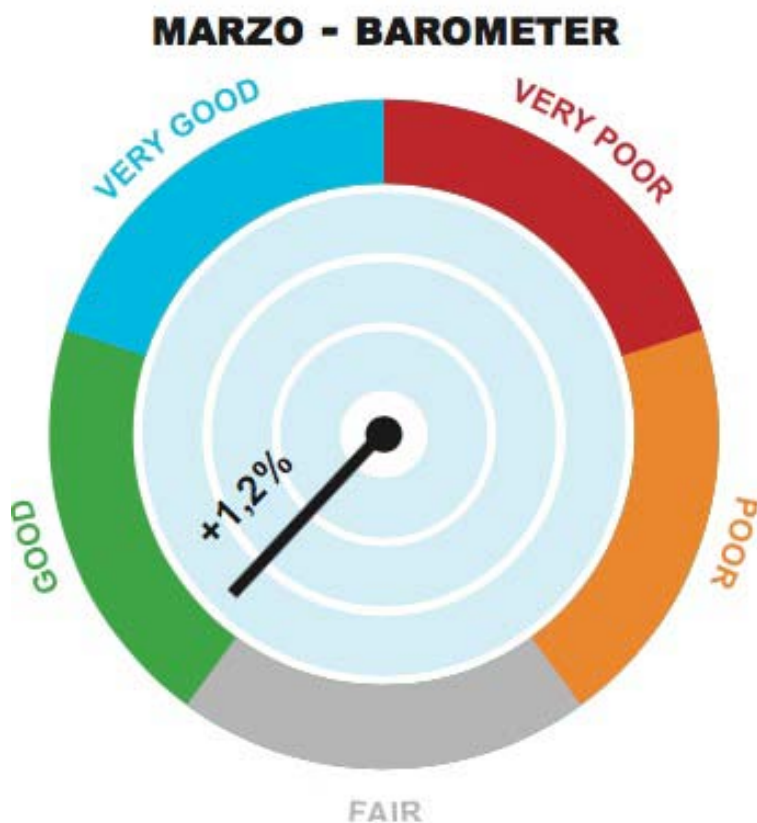
## Andamento degli investimenti pubblicitari

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, eventi, sponsor, product placement. I dati non sono quindi confrontabili con quelli di Nielsen.



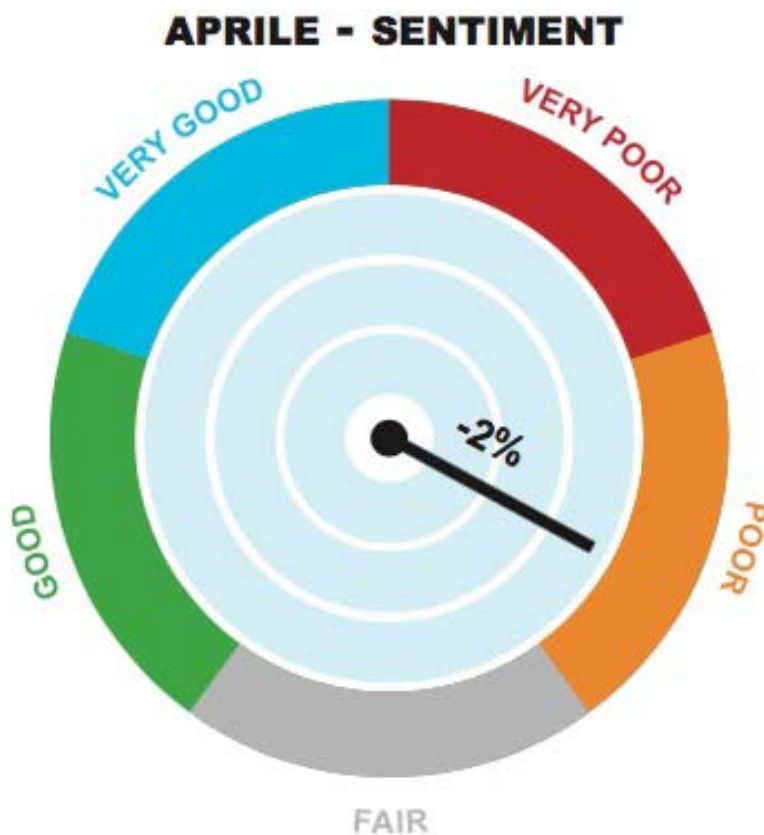
L'indicatore Barometer si riferisce al corso degli investimenti del mese di marzo.

Come già evidenziato, le festività pasquali e i ponti influenzano i confronti di marzo e aprile con l'anno passato. Gli investimenti pubblicitari di marzo registrano quindi un rialzo mentre quelli di aprile appaiono in diminuzione (e il calo potrebbe anche essere più pesante delle prime stime).

L'andamento di aprile vede la tv soffrire (solo Mediaset e Rai tengono la posizione).

La radio rimane stabile (con buoni risultati del gruppo che fa capo a Mediaset) mentre il web è l'unico canale con investimenti in crescita (sempre grazie ai big del digitale).

Ancora piuttosto negativa la stima dell'andamento dell'esterna, con una domanda concentrata sugli spazi di qualità.



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

