

Area

MERCATI E FORECAST

Anno 2017

N. Doc

B-12

Pagine

16

TITOLO

La pubblicità in cifre - 1° semestre 2017, Italia

Fonte

Elaborazione ANES Monitor su report UPA

Andamento investimenti pubblicitari per mezzo (nazionale + locale) – 1° sem. 2017

	milioni €	quota %	var % su 2016
QUOTIDIANI	316	7,9%	-10,8%
PERIODICI	218	5,4%	-7,0%
TELEVISIONE	2.020	50,2%	-1,9%
RADIO	202	5,0%	5,0%
AFFISSIONE	40	1,0%	-17,2%
CINEMA	7	0,2%	-5,1%
INTERNET	1.222	30,3%	1,9%
<i>di cui Perimetro FCP</i>	222	5,5%	-1,7%
<i>di cui Altro (Video, Search, Social e Classified)*</i>	1.000	24,8%	4,6%
TOTALE	4.025	100,0%	-0,4%

* Stime UPA su dati Nielsen Digital survey

Fonte: Nielsen

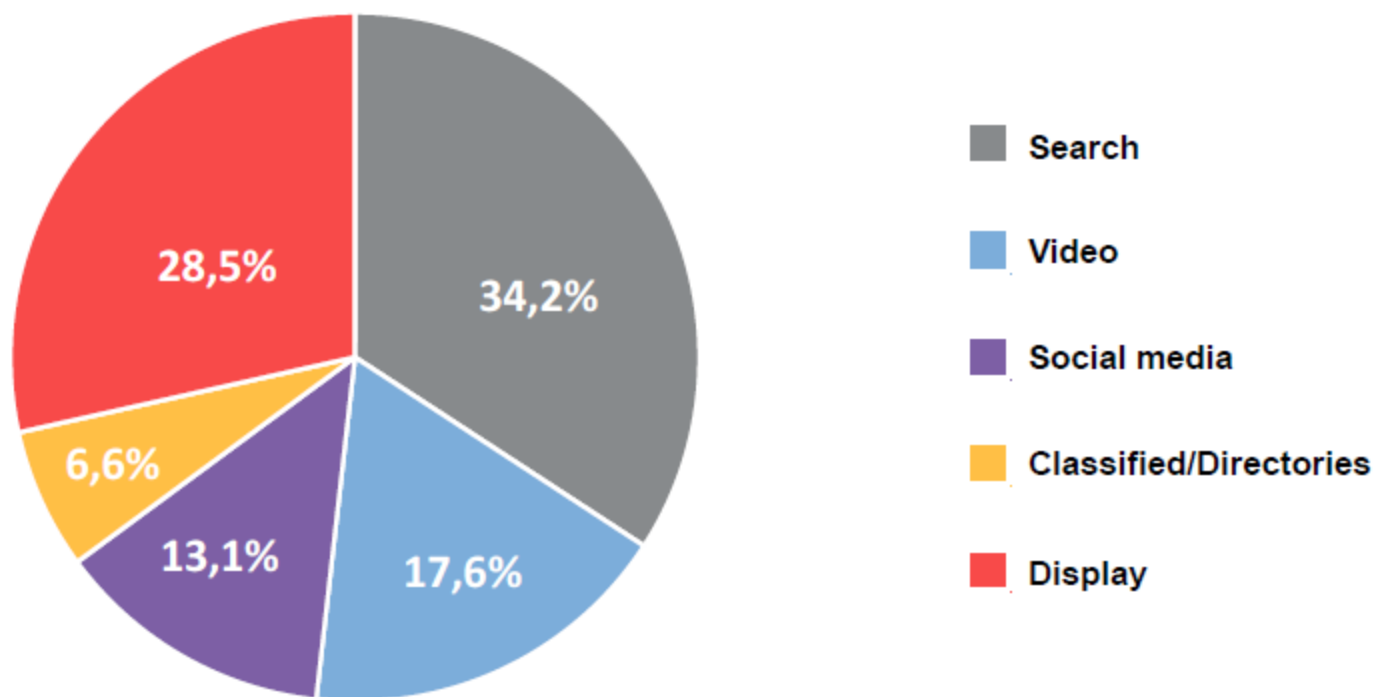
Ripartizione investimenti pubblicitari nazionali per regione e area geogr. – 1° sem. 2017

REGIONE	TOTALE	%
LOMBARDIA	1.115.652	40,0%
PIEMONTE	219.518	7,9%
LIGURIA	34.472	1,2%
VALLE D'AOSTA	399	0,0%
Area 1	1.370.041	49,1%
EMILIA ROMAGNA	269.010	9,6%
VENETO	175.370	6,3%
FRIULI VENEZIA GIULIA	16.991	0,6%
TRENTINO ALTO ADIGE	15.499	0,6%
Area 2	476.870	17,1%
LAZIO	523.074	18,7%
TOSCANA	84.789	3,0%
MARCHE	45.578	1,6%
UMBRIA	14.707	0,5%
SARDEGNA	5.401	0,2%
Area 3	673.549	24,1%
CAMPANIA	30.601	1,1%
ABRUZZI	29.046	1,0%
PUGLIA	15.559	0,6%
SICILIA	14.930	0,5%
BASILICATA	1.826	0,1%
CALABRIA	1.560	0,1%
MOLISE	189	0,0%
Area 4	93.711	3,4%
ESTERE	109.828	3,9%
TOTALE	2.791.448	100,0%

(dati in migliaia di Euro)

Fonte: elaborazioni UPA su dati Nielsen

Ripartizione investimenti in online advertising per tipologie di formato - anno 2016



Fonte: Nielsen Digital Survey

Ripartizione delle aziende per classi d'investimento per singolo mezzo – 1° sem. 2017

L'insieme delle aziende che hanno investito in pubblicità è stato ripartito in 5 gruppi, ognuno dei quali rappresenta il 20% degli investimenti pubblicitari.

	Mercato	Tv		Radio		Quotidiani		Periodici		Affissione		Cinema		Internet	
	N° Aziende	Investitori		Investitori		Investitori		Investitori		Investitori		Investitori		Investitori	
		n°	%	n°	%	n°	%	n°	%	n°	%	n°	%	n°	%
1° QUINTILE (20%)	14	14	22,6%	13	20,2%	14	5,2%	13	3,9%	10	11,2%	8	10,8%	13	17,6%
2° QUINTILE (20%)	33	33	23,0%	29	19,0%	21	7,8%	31	3,9%	14	6,3%	14	37,0%	32	17,1%
3° QUINTILE (20%)	86	85	22,3%	45	16,0%	59	12,2%	65	9,5%	31	24,3%	19	10,2%	74	15,8%
4° QUINTILE (20%)	249	233	21,0%	97	18,1%	127	16,2%	153	15,8%	54	17,2%	27	15,2%	171	18,7%
5° QUINTILE (20%)	11.009	953	11,1%	613	26,7%	3.397	58,5%	4.631	67,0%	566	41,0%	82	26,8%	4.302	30,8%
Totale (100%)	11.391	1.318	100,0%	797	100,0%	3.618	100,0%	4.893	100,0%	675	100,0%	150	100,0%	4.592	100,0%

Fonte: elaborazioni UPA su dati Nielsen

Ripartizione aziende per classi d'investimento e distribuz. media mix in % - 1° sem. 2017

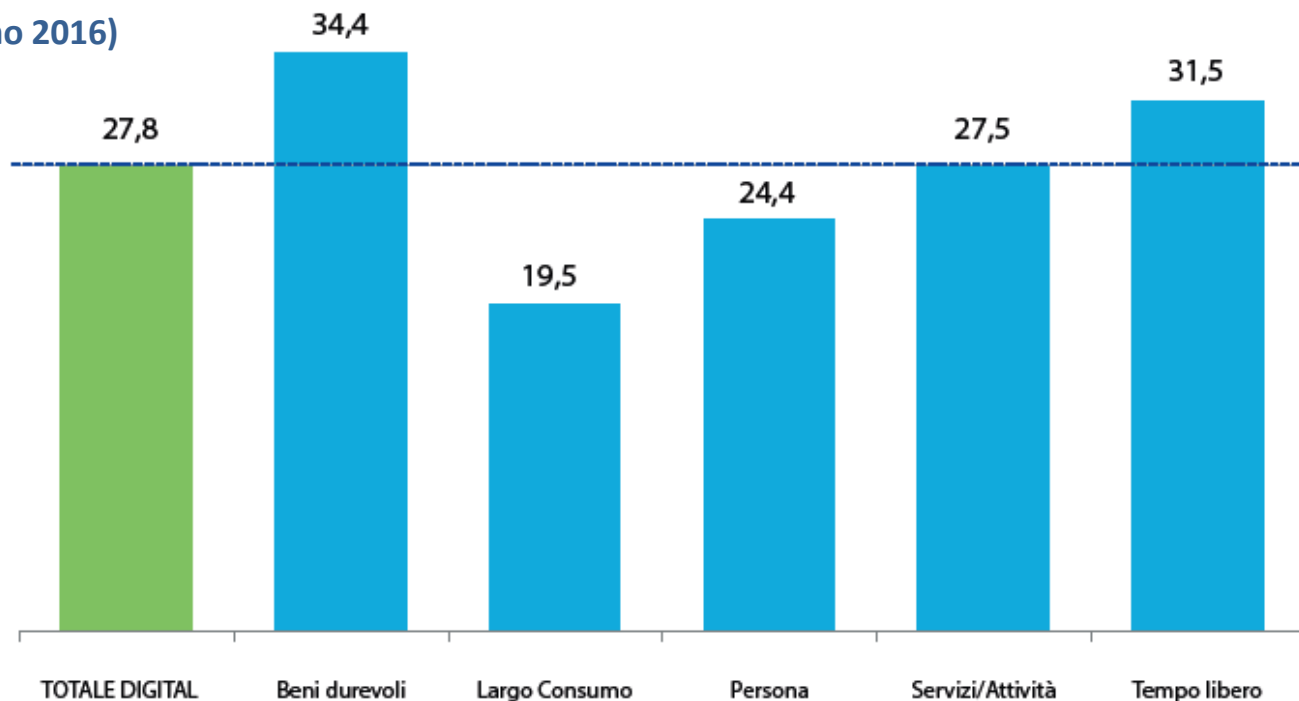
L'insieme delle aziende che hanno investito in pubblicità è stato ripartito in 5 gruppi, ognuno dei quali rappresenta il 20% degli investimenti pubblicitari.

	N° aziende	Budget medio milioni €	Tv %	Radio %	Quotidiani %	Periodici %	Affissione %	Cinema %	Internet %
1° QUINTILE (20%)	14	39,2	83,2%	6,8%	1,4%	1,4%	0,8%	0,1%	6,2%
2° QUINTILE (20%)	33	16,9	83,4%	6,3%	2,1%	1,4%	0,4%	0,5%	6,0%
3° QUINTILE (20%)	86	6,5	80,7%	5,3%	3,2%	3,3%	1,7%	0,1%	5,5%
4° QUINTILE (20%)	249	2,2	76,1%	6,0%	4,3%	5,6%	1,2%	0,2%	6,5%
5° QUINTILE (20%)	11.009	0,1	39,3%	8,7%	15,2%	23,1%	2,9%	0,3%	10,5%
Totale (100%)	11.391								

Fonte: elaborazioni UPA su dati Nielsen

Quota online advertising su totale pubblicità per macrosettori economici - anno 2016

(Quote % - anno 2016)



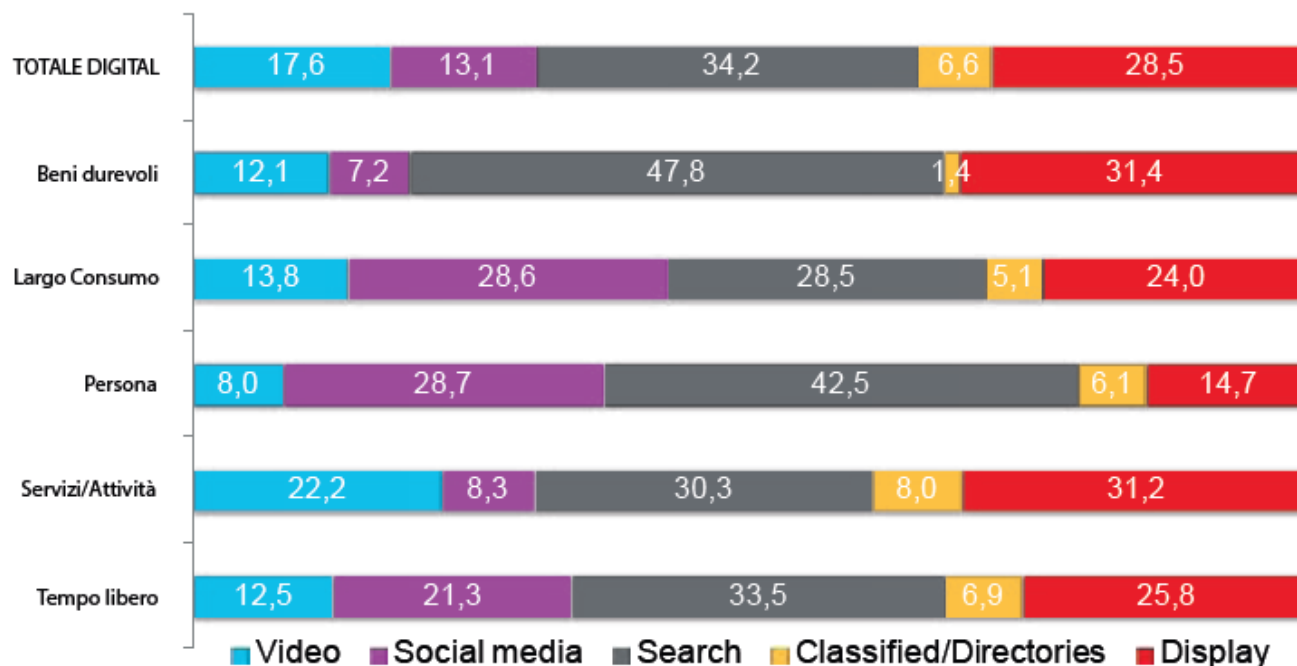
Legenda Macrosettori:

- BENI DUREVOLI** (Abitazione, Automobili, Elettrodomestici, Informatica/Fotografia, Moto/Veicoli)
- LARGO CONSUMO** (Alimentari, Bevande/alcologici, Gestione casa, Toiletries)
- PERSONA** (Abbigliamento, Cura persona, Farmaceutici/Sanitari, Oggetti personali)
- SERVIZI/ATTIVITÀ** (Distribuzione, Enti/Istituzioni, Finanza/Assicurazioni, Industria/Edilizia/attività, Telecomunicazioni, Varie, Servizi professionali)
- TEMPO LIBERO** (Media/Editoria, Giochi/Articoli scolastici, Turismo/Viaggi, Tempo libero)

Fonte: Nielsen Digital Survey

Media mix per tipologia di formato per macrosettori economici - anno 2016

(Quote % - anno 2016 fatto 100% l'online adv)



Legenda Macrosettori:

BENI DUREVOLI (Abitazione, Automobili, Elettrodomestici, Informatica/Fotografia, Moto/Veicoli)

LARGO CONSUMO (Alimentari, Bevande/alcologici, Gestione casa, Toiletries)

PERSONA (Abbigliamento, Cura persona, Farmaceutici/Sanitari, Oggetti personali)

SERVIZI/ATTIVITÀ (Distribuzione, Enti/Istituzioni, Finanza/Assicurazioni, Industria/Edilizia/attività, Telecomunicazioni, Varie, Servizi professionali)

TEMPO LIBERO (Media/Editoria, Giochi/Articoli scolastici, Turismo/Viaggi, Tempo libero)

Fonte: Nielsen Digital Survey

La ripartizione degli investimenti pubblicitari per settore – 1° sem. 2017

(Per mezzo sul settore economico in % sul totale investimenti per settore)

Fonte: elaborazioni UPA su dati Nielsen

	migliaia €	2017/2016 Var %	Tv	Radio	Quotidiani	Periodici	Affissione	Cinema	Internet	Totale mezzi
ALIMENTARI	421.926	-3,8%	90,4%	2,8%	1,5%	2,6%	0,3%	0,2%	2,3%	100,0%
AUTOMOBILI	354.943	0,8%	74,0%	13,7%	2,7%	1,5%	0,8%	0,3%	7,0%	100,0%
FARMACEUTICI/SANITARI	208.219	6,7%	84,3%	2,6%	5,0%	5,3%	0,3%	0,2%	2,3%	100,0%
TELECOMUNICAZIONI	181.300	-3,1%	87,2%	2,3%	1,8%	0,6%	2,1%	0,2%	5,8%	100,0%
DISTRIBUZIONE	162.467	-12,6%	60,4%	21,1%	7,7%	3,1%	4,0%	0,0%	3,8%	100,0%
BEVANDE/ALCOOLICI	152.350	0,0%	86,1%	3,9%	4,2%	2,5%	0,6%	0,3%	2,4%	100,0%
CURA PERSONA	131.584	-5,2%	66,7%	4,6%	1,5%	21,3%	1,1%	0,2%	4,5%	100,0%
TOILETRIES	124.977	-18,5%	92,4%	0,5%	1,1%	4,7%	0,1%	0,0%	1,1%	100,0%
ABITAZIONE	118.255	-0,6%	65,9%	7,4%	8,1%	15,0%	1,6%	0,0%	2,0%	100,0%
ABBIGLIAMENTO	111.165	-5,9%	20,5%	2,8%	15,1%	47,8%	6,2%	0,1%	7,6%	100,0%
GESTIONE CASA	109.906	-5,3%	87,8%	3,6%	1,9%	4,1%	0,4%	0,0%	2,2%	100,0%
MEDIA/EDITORIA	108.863	-14,4%	65,0%	10,0%	7,5%	5,5%	1,5%	1,6%	9,0%	100,0%
FINANZA/ASSICURAZIONI	106.830	-11,5%	67,6%	7,3%	11,1%	2,8%	0,8%	0,4%	10,0%	100,0%
TURISMO/VIAGGI	80.120	-12,5%	67,2%	8,1%	6,6%	8,9%	2,8%	0,1%	6,3%	100,0%
TEMPO LIBERO	76.977	-0,9%	72,3%	8,5%	4,3%	5,1%	2,9%	0,5%	6,5%	100,0%
INDUSTRIA/EDILIZIA/ATTIVITA'	59.354	24,0%	64,7%	6,5%	12,7%	6,0%	1,5%	0,6%	7,9%	100,0%
VARIE	59.029	1,9%	0,1%	0,1%	1,1%	4,0%	0,7%	0,0%	94,0%	100,0%
SERVIZI PROFESSIONALI	50.146	-14,9%	35,5%	4,7%	27,9%	6,7%	3,5%	0,1%	21,5%	100,0%
OGGETTI PERSONALI	47.559	4,6%	42,0%	1,7%	18,2%	29,6%	3,0%	0,4%	5,2%	100,0%
ENTI/ISTITUZIONI	37.583	-5,4%	62,1%	7,0%	12,7%	3,4%	1,3%	0,3%	13,1%	100,0%
ELETTRODOMESTICI	30.972	52,2%	81,9%	3,4%	1,9%	6,0%	0,2%	0,1%	6,5%	100,0%
GIOCHI/ARTICOLI SCOLASTICI	27.365	43,8%	96,2%	0,3%	0,1%	0,5%	0,0%	0,1%	2,8%	100,0%
MOTO/VEICOLI	17.672	2,3%	18,4%	47,5%	9,9%	14,0%	6,4%	0,0%	3,7%	100,0%
INFORMATICA/FOTOGRAFIA	11.890	40,5%	51,9%	15,9%	8,5%	5,4%	0,2%	0,4%	17,7%	100,0%
TOTALE	2.791.448									

La ripartizione degli investimenti pubblicitari per settore – 1° sem. 2017

(Per settore economico sul mezzo in % sul totale di ogni singolo mezzo)

Fonte: elaborazioni UPA su dati Nielsen

	migliaia €	2017/2016 Var. %	Totale mezzi	Tv	Radio	Quotidiani	Periodici	Affissione	Cinema	Internet
ALIMENTARI	421.926	-3,8%	15,1%	18,9%	6,4%	4,2%	5,6%	3,4%	9,5%	5,0%
AUTOMOBILI	354.943	0,8%	12,7%	13,0%	26,2%	6,4%	2,8%	6,9%	15,3%	12,8%
FARMACEUTICI/SANITARI	208.219	6,7%	7,5%	8,7%	2,9%	7,1%	5,6%	1,5%	4,8%	2,5%
TELECOMUNICAZIONI	181.300	-3,1%	6,5%	7,8%	2,2%	2,2%	0,5%	9,5%	4,8%	5,4%
DISTRIBUZIONE	162.467	-12,6%	5,8%	4,9%	18,4%	8,4%	2,6%	16,2%	0,6%	3,2%
BEVANDE/ALCOOLICI	152.350	0,0%	5,5%	6,5%	3,2%	4,4%	1,9%	2,2%	7,1%	1,9%
CURA PERSONA	131.584	-5,2%	4,7%	4,3%	3,3%	1,4%	14,3%	3,7%	4,4%	3,0%
TOILETRIES	124.977	-18,5%	4,5%	5,7%	0,4%	0,9%	3,0%	0,2%	0,0%	0,7%
ABITAZIONE	118.255	-0,6%	4,2%	3,9%	4,7%	6,5%	9,0%	4,7%	0,3%	1,2%
ABBIGLIAMENTO	111.165	-5,9%	4,0%	1,1%	1,7%	11,3%	27,1%	17,4%	0,8%	4,3%
GESTIONE CASA	109.906	-5,3%	3,9%	4,8%	2,1%	1,4%	2,3%	1,0%	0,8%	1,3%
MEDIA/EDITORIA	108.863	-14,4%	3,9%	3,5%	5,9%	5,5%	3,0%	4,2%	25,5%	5,0%
FINANZA/ASSICURAZIONI	106.830	-11,5%	3,8%	3,6%	4,2%	8,0%	1,5%	2,2%	6,4%	5,5%
TURISMO/VIAGGI	80.120	-12,5%	2,9%	2,7%	3,5%	3,6%	3,6%	5,6%	1,5%	2,6%
TEMPO LIBERO	76.977	-0,9%	2,8%	2,8%	3,5%	2,2%	2,0%	5,6%	5,5%	2,6%
INDUSTRIA/EDILIZIA/ATTIVITA'	59.354	24,0%	2,1%	1,9%	2,1%	5,1%	1,8%	2,3%	5,5%	2,4%
VARIE	59.029	1,9%	2,1%	0,0%	0,0%	0,4%	1,2%	1,0%	0,0%	28,5%
SERVIZI PROFESSIONALI	50.146	-14,9%	1,8%	0,9%	1,3%	9,5%	1,7%	4,4%	1,0%	5,5%
OGGETTI PERSONALI	47.559	4,6%	1,7%	1,0%	0,4%	5,9%	7,2%	3,6%	2,7%	1,3%
ENTI/ISTITUZIONI	37.583	-5,4%	1,3%	1,2%	1,4%	3,2%	0,7%	1,2%	1,6%	2,5%
ELETTRODOMESTICI	30.972	52,2%	1,1%	1,3%	0,6%	0,4%	0,9%	0,2%	0,7%	1,0%
GIOCHI/ARTICOLI SCOLASTICI	27.365	43,8%	1,0%	1,3%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,4%	0,4%
MOTO/VEICOLI	17.672	2,3%	0,6%	0,2%	4,5%	1,2%	1,3%	2,9%	0,0%	0,3%
INFORMATICA/FOTOGRAFIA	11.890	40,5%	0,4%	0,3%	1,0%	0,7%	0,3%	0,1%	0,7%	1,1%
TOTALE	2.791.448		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Variazione % 1° sem. 2017 su 1° sem. 2016 e quota % sul settore economico delle categorie

Fonte: elaborazioni UPA su dati Nielsen

	var %	quota %
ABBIGLIAMENTO	-5,9%	
ABBIGLIAMENTO	-2,0%	60,8%
ABBIGLIAMENTO IN PELLE	5,2%	14,4%
UNDERWEAR	-20,0%	6,7%
ABBIGLIAMENTO SPORTIVO	-35,2%	5,2%
ACCESSORI ABBIGLIAMENTO	-6,2%	4,8%
PUNTI VENDITA ABBIGLIAMENTO	43,9%	4,1%
ABBIGLIAMENTO BAMBINI	-29,5%	3,5%
FIBRE/FILATI/TESSUTI	-64,2%	0,3%

	var %	quota %
ABITAZIONE	-0,6%	
ARREDAMENTO CASA	-9,8%	49,3%
TESSILI PER LA CASA	18,9%	20,1%
ELEMENTI ARREDAMENTO	34,4%	16,1%
CASALINGHI	126,8%	6,6%
ARTICOLI SANITARI/BAGNO	-32,3%	4,6%
ARREDAMENTO ESTERNI	-69,7%	1,7%
ARREDAMENTO/ARTICOLI INFANZIA	-5,7%	1,4%
CAMP.IST.ABITAZIONE	-10,4%	0,2%

	var %	quota %
CURA PERSONA	-5,2%	
CURA VISO	-2,0%	30,0%
PROFUMERIA	-3,6%	28,5%
CURA CORPO	-22,8%	19,2%
PROGRAMMI PER CURA PERSONA	61,0%	12,6%
COSMETICA	-25,3%	6,9%
CAMP.IST.CURA PERSONA	-16,4%	2,9%

	var %	quota %
DISTRIBUZIONE	-12,6%	
DISTRIBUZIONE NON ALIMENTARE	-13,1%	38,1%
DISTRIBUZIONE ALIMENTARE	-5,5%	36,9%
VENDITE CORRISPONDENZA/ON LINE	-27,4%	20,0%
PUNTI VENDITA DISTRIBUZIONE	34,8%	3,5%
CARTE FEDELTA'	11,3%	1,5%

	var %	quota %
ELETTRODOMESTICI	52,2%	
ELETTRODOMESTICI PICCOLI	92,9%	63,6%
CLIMATIZZAZIONE CASA	10,5%	13,0%
ELETTRODOMESTICI BIANCHI	-19,6%	12,8%
ELETTRODOMESTICI BRUNI	325,5%	10,4%
VENDITA ELETTRODOMESTICI	-94,4%	0,1%
MACCHINE PER CUCIRE/MAGLIERIA	-40,9%	0,1%

Variazione % 1° sem. 2017 su 1° sem. 2016 e quota % sul settore economico delle categorie

	var %	quota %
INDUSTRIA/EDILIZIA/ATTIVITA'	24,0%	
ENERGIA/SERVIZI MULTIUTILITY	57,0%	72,3%
EDILIZIA	-26,9%	18,8%
ATTREZZATURE UFFICIO	-11,2%	2,8%
NEGOZI	85,2%	2,6%
INDUSTRIA	-3,6%	2,0%
AGRICOLTURA/ALLEVAMENTO	-29,4%	1,6%
ELETTRONICA	-55,0%	0,0%

INFORMATICA/FOTOGRAFIA	40,5%	
INFORMATICA	54,9%	93,8%
FOTOGRAFIA	-41,5%	6,2%

MOTO/VEICOLI	2,3%	
VEICOLI	4,6%	67,3%
MOTOCICLI	-6,4%	27,1%
NAUTICA	22,6%	3,4%
CICLI	-27,5%	1,2%
VOLO	8600,0%	1,0%

	var %	quota %
ALIMENTARI	-3,8%	
PRODOTTI FORNO/CEREALI	-8,3%	16,7%
FUORI PASTO DOLCI	9,9%	13,0%
FRESCO - LATTICINI	-18,6%	8,8%
PRODOTTI DIETETICI/SALUTISTICI	11,1%	7,9%
FRESCO - FORMAGGI	-23,0%	5,9%
FREDDO - SURGELATI	10,0%	4,6%
CAMPIST.ALIMENTARI	71,9%	4,4%
FREDDO - GELATI	-5,2%	4,3%
ALIMENTARI DI BASE	88,7%	4,0%
PASTA/RISO	-12,8%	3,3%
SPALMABILI DOLCI	136,3%	3,0%
FUORI PASTO SALATI	2,5%	3,0%
CONSERVE VEGETALI/FRUTTA	6,6%	2,6%
PREPARATI/PIATTI PRONTI	-37,9%	2,6%
CONSERVE ANIMALI	-17,9%	2,5%
FRESCO - SALUMI	-24,7%	2,5%
SUGHI/SALSE/CONDIMENTI	-3,8%	2,2%
PANE E SOSTITUTIVI	-1,6%	2,1%
CIBI INFANZIA	-5,3%	1,8%
OLIO/ACETO/SUCCHI LIMONE	-47,9%	1,4%
RICORRENZE	1,8%	1,3%
INGREDIENTI DI BASE	-31,5%	1,0%
INSAPORITORI	-47,9%	0,7%
FRESCO - PASTA FRESCA	-50,2%	0,5%
FRESCO - PRECOTTI	73,5%	0,1%
FRESCO - CONDIMENTI	-60,3%	0,1%

Variazione % 1° sem. 2017 su 1° sem. 2016 e quota % sul settore economico delle categorie

	var %	quota %
ENTI/ISTITUZIONI	-5,4%	
ISTITUZIONI/ASSOCIAZIONI	-18,1%	50,0%
CAMPAGNE SOCIALI/EDUCATIVE	10,2%	48,0%
SERVIZI LOCALI	74,5%	2,0%

FARMACEUTICI/SANITARI	6,7%	
PRODOTTI D'AUTOMEDICAZIONE	6,4%	86,4%
VISTA/UDITO	20,5%	8,8%
SANITARI/ORTOPEDICI	-25,0%	2,9%
CAMP.IST.FARMACEUTICI/SANITARI	14,0%	1,2%
PRODOTTI ERBORISTERIA	69,3%	0,4%
SPECIALITA' MEDICINALI	6255,6%	0,3%

FINANZA/ASSICURAZIONI	-11,5%	
ISTITUTI DI CREDITO	-19,4%	48,3%
ASSICURAZIONI	-35,9%	15,3%
SERVIZI FINANZIARI VARI	4,5%	13,6%
INVESTIMENTI	17,3%	12,9%
PLASTIC CARDS	92,2%	9,9%

	var %	quota %
GESTIONE CASA	-5,3%	
CURA ANIMALI	0,2%	29,7%
CURA TESSUTI	18,5%	15,4%
DETERGENTI SUPERFICI	-2,9%	14,8%
DETERGENTI BUCATO	-11,8%	8,1%
DETERGENTI STOVIGLIE	-25,4%	7,7%
CAMP.IST.GESTIONE CASA	-24,5%	7,4%
ACCESSORI PULIZIA CASA	-12,3%	4,6%
GIARDINAGGIO	22,0%	3,9%
UTENSILERIA	46,1%	3,4%
USA E GETTA	-26,4%	2,5%
DEODORANTI AMBIENTI	-38,5%	1,4%
INSETTICIDI	-43,0%	1,2%

GIOCHI/ARTICOLI SCOLASTICI	43,8%	
GIOCATTOLI	28,4%	69,2%
VIDEOGAMES	98,2%	29,5%
SCUOLA	78,0%	1,2%
GIOCHI/ARTICOLI SCOLASTICI	-2,7%	0,1%

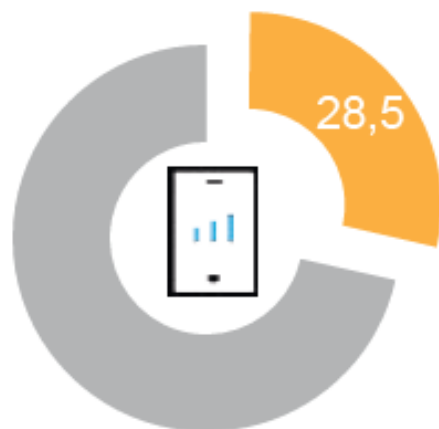
Variazione % 1° sem. 2017 su 1° sem. 2016 e quota % sul settore economico delle categorie

	var %	quota %
AUTOMOBILI	0,8%	
AUTO NUOVE	1,2%	94,5%
RIVENDITORI AUTO/AUTO USATE	44,3%	2,7%
AUTO ACCESSORI/RICAMBI	-13,9%	2,2%
OLI/ADDITIVI/CARBURANTI	-60,0%	0,6%
BEVANDE/ALCOOLICI	0,0%	
BEVANDE FREDDE/ACQUE MINERALI	1,7%	53,5%
BEVANDE CALDE	14,3%	13,5%
BIRRE	-2,1%	11,9%
LIQUORI	-9,9%	8,4%
APERITIVI	-17,4%	7,3%
VINI/CHAMPAGNE/SPUMANTI	3,0%	5,4%

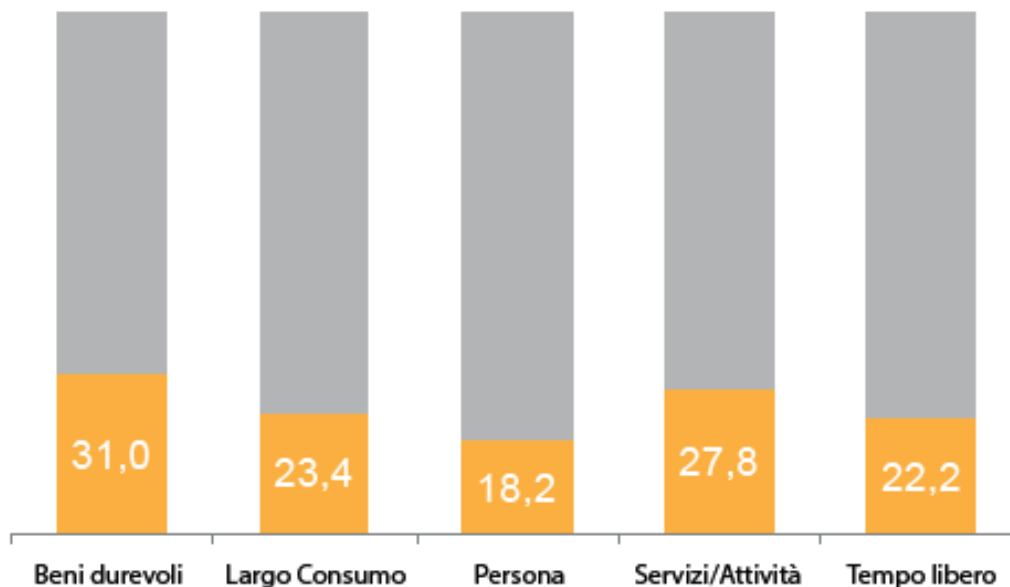
Quota investimenti mobile sul totale online adv per macrosettori economici - anno 2016

Fonte: Nielsen Digital Survey

TOTALE AZIENDE



PER MACROSETTORE



■ % investimenti in mobile advertising sul totale online advertising

■ % investimenti in online advertising su altri device

% diffusione app come strumento di business su totale aziende per macrosettori econ. - anno 2016

