



MACRO TREND DEL MERCATO PUBBLICITARIO NEL 2018

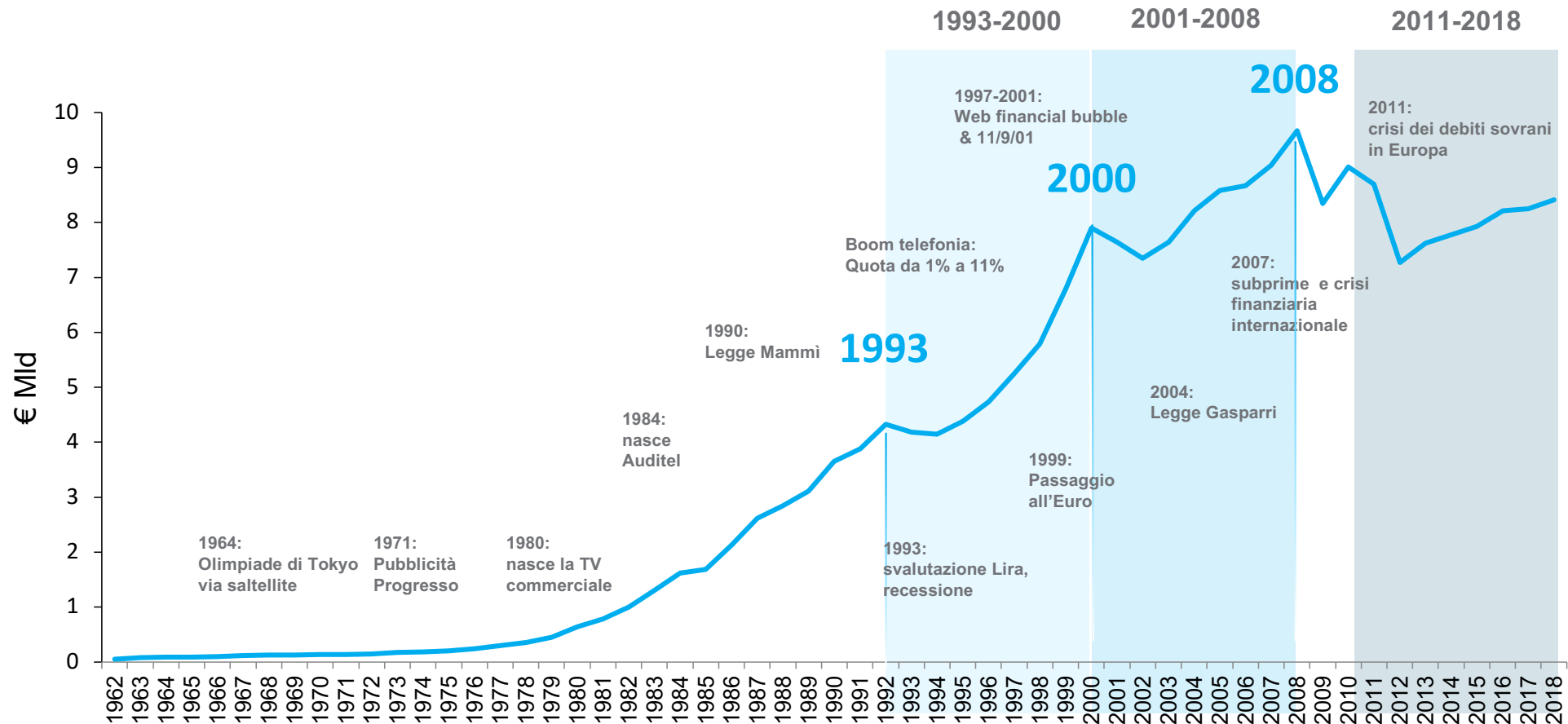
Febbraio 2019

This artwork was created using Nielsen data.

Copyright © 2019 The Nielsen Company (US), LLC. Confidential and proprietary. Do not distribute.

50 ANNI DI PUBBLICITÀ IN ITALIA

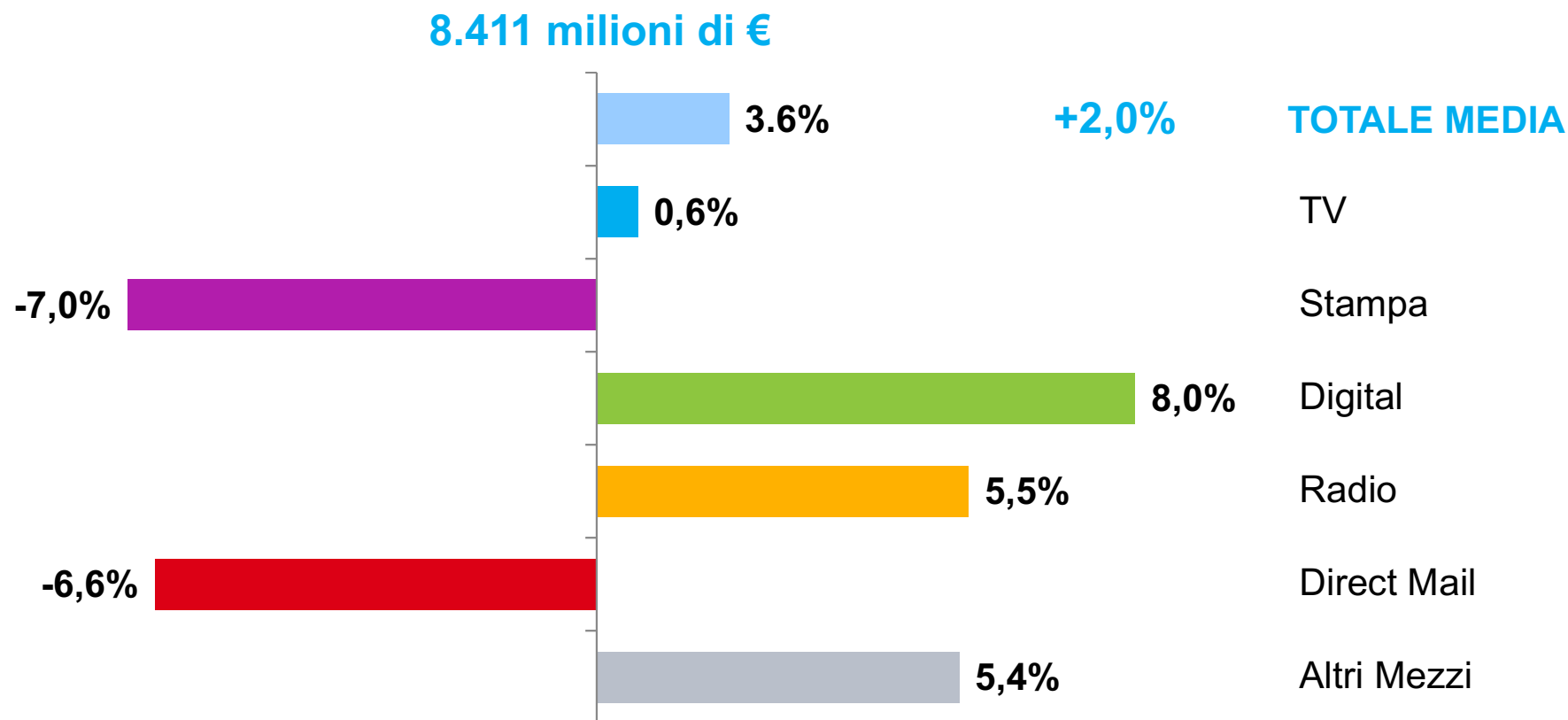
Stima investimenti pubblicitari in miliardi di Euro



Fonte: Nielsen, AdEx, dati stimati netti + FCP + Dashboard UPA-Nielsen dal 1962 al 1990

ANNO 2018: ANDAMENTO DEI MEZZI

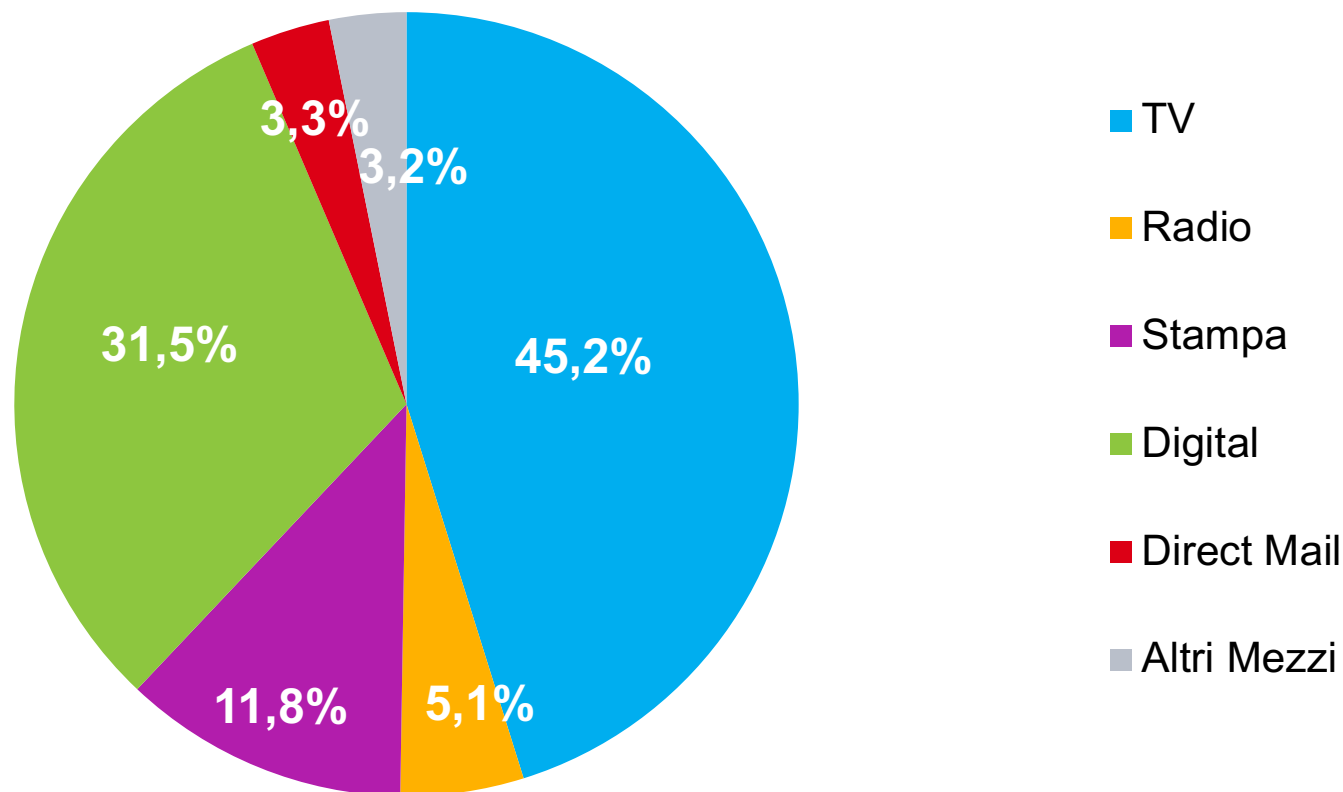
Digital comprensivo della stima annuale OTT e Altro



Fonte: Nielsen, AdEx, dati stimati netti – tutte le tipologie + stima Nielsen del digitale (OOT + altro + FCP AssolInternet)

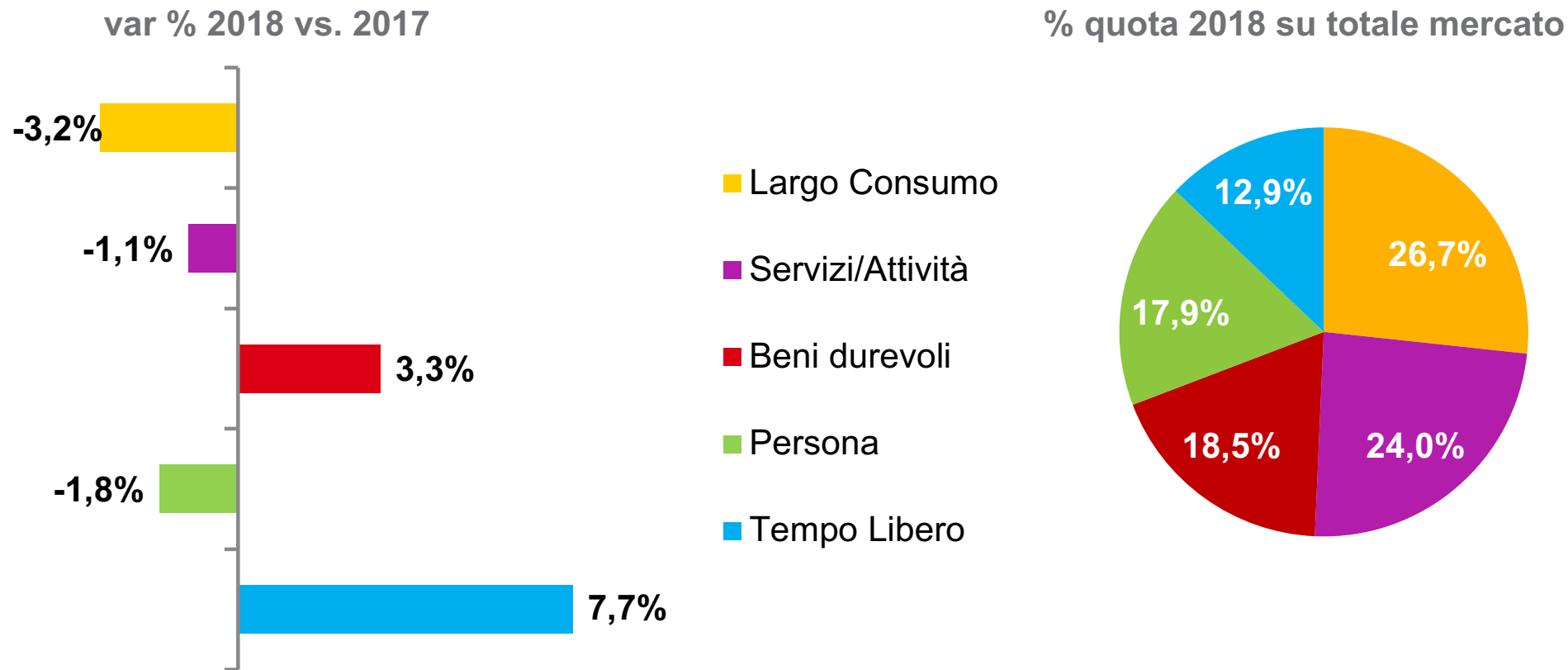
ANNO 2018: LE QUOTE DEI MEZZI

Tre quarti degli investimenti si concentrano su TV e Digital



Fonte: Nielsen, AdEx, dati stimati netti – tutte le tipologie + stima Nielsen del digitale (OOT + altro + FCP AssolInternet)

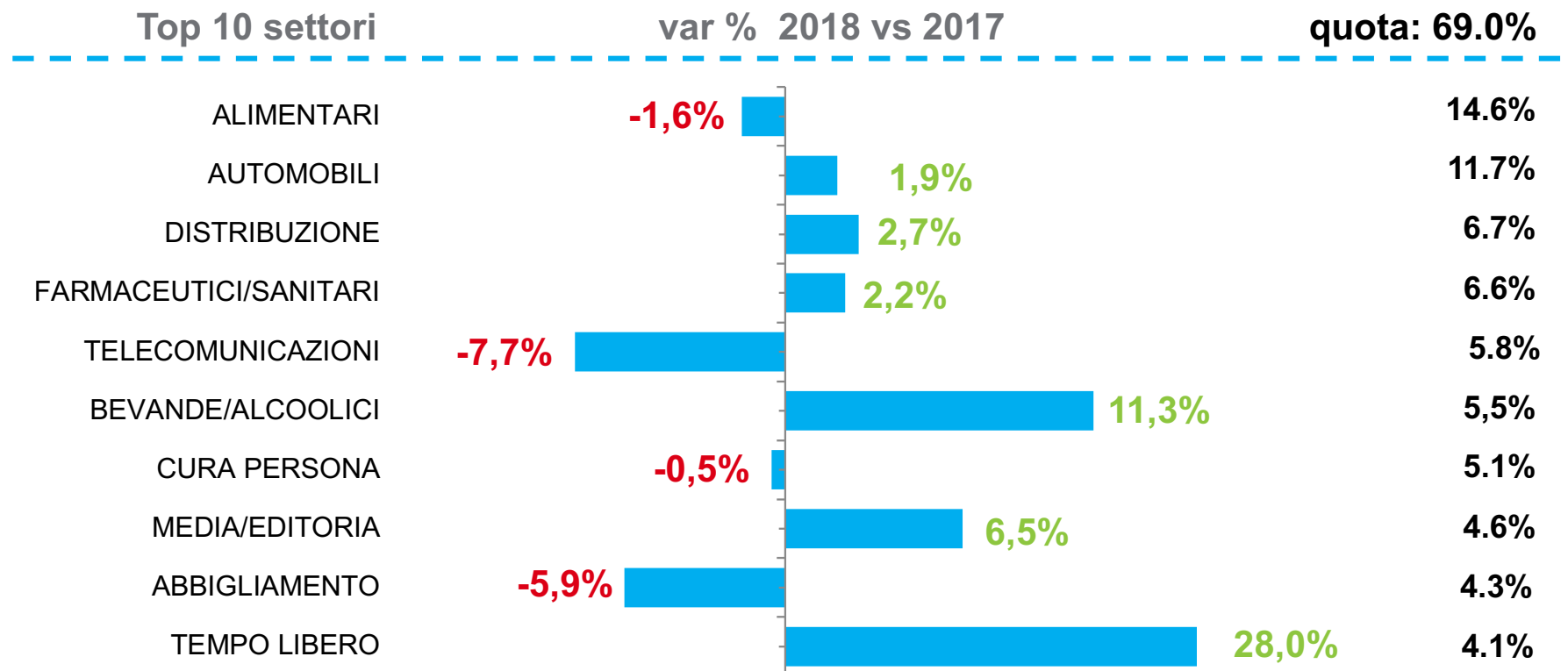
ANNO 2018: L'ANDAMENTO DEI MACROSETTORI



Fonte: Nielsen, AdEx, dati stimati netti – tutte le tipologie + stima Nielsen del digitale (senza stima OTT e Altro) — pubblicità commerciale nazionale

ANNO 2018: I TOP 10 SETTORI

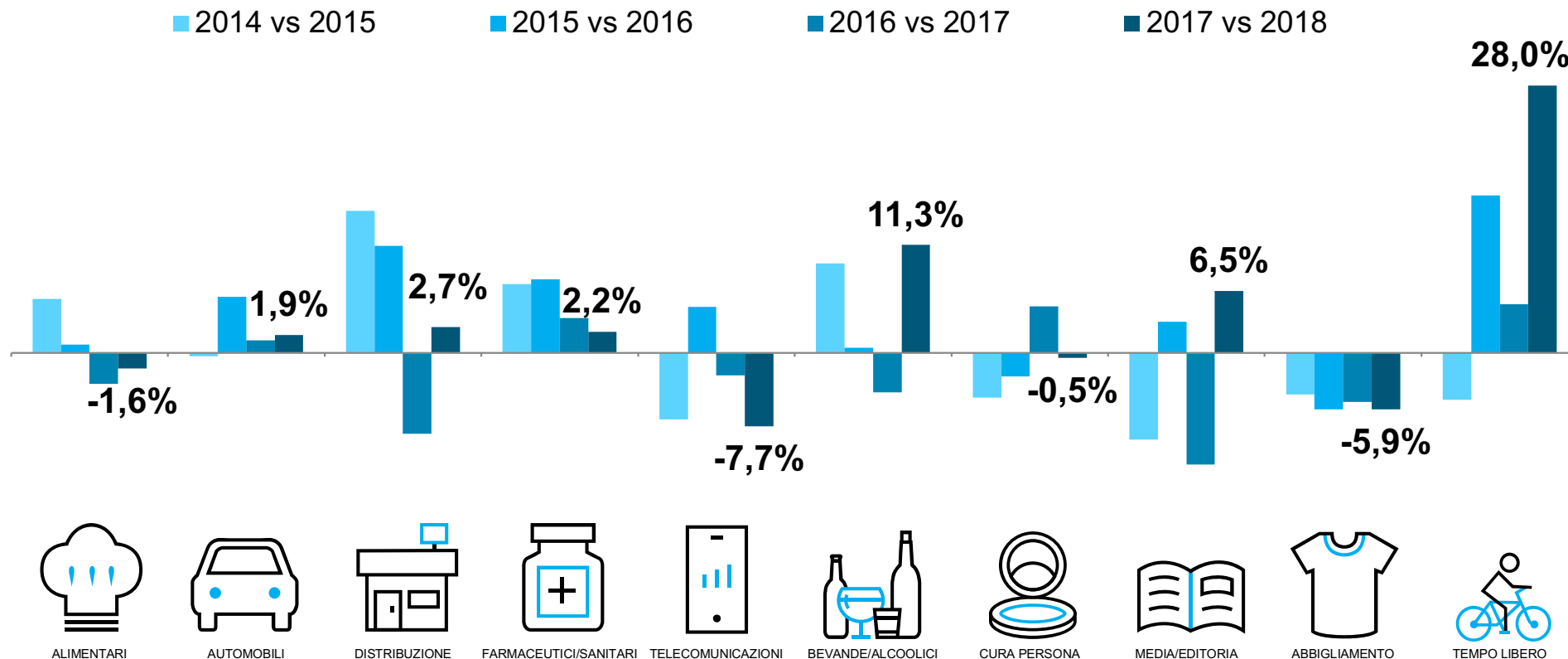
In calo Alimentari, Telecomunicazioni e Abbigliamento, in crescita Bevande/Alcoolici, Media/editoria e Tempo libero



Fonte: Nielsen, AdEx, dati stimati netti – tutte le tipologie + stima Nielsen del digitale (senza stima OTT e Altro) — pubblicità commerciale nazionale

ANNO 2018: I TOP SETTORI NEL MEDIO PERIODO

Tornano in positivo Distribuzione, Bevande/Alcoolici e Media/Editoria



Fonte: Nielsen, AdEx, dati stimati netti – tutte le tipologie + stima Nielsen del digitale (senza stima OTT e Altro) — pubblicità commerciale nazionale



THE SCIENCE BEHIND WHAT'S NEXT™

This artwork was created using Nielsen data.

Copyright © 2019 The Nielsen Company (US), LLC. Confidential and proprietary. Do not distribute.