

Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano
www.osservatori.net

COMUNICATO STAMPA
Osservatorio New Media & New Internet

Mercato Advertising: sorpasso di Internet sulla stampa

In Italia nel 2013 i ricavi dell'Internet Advertising hanno superato quelli dell'Advertising a mezzo Stampa: 1,8 contro 1,4 miliardi di euro. La Tv rimane il canale Advertising principale con una raccolta di quasi 3,2 miliardi di euro, ma in calo rispetto al 2012

IAB Italia e gli Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano uniscono le forze per fornire una mappatura esaustiva e rappresentativa dell'intero mercato del Digital Advertising

Milano, 19 giugno 2014 - Nel 2013 il fatturato dell'Internet Advertising ha sorpassato quello dell'Advertising a mezzo Stampa: 1,8 contro 1,4 miliardi di euro, pari rispettivamente al 27 e 21 per cento del complessivo mercato pubblicitario italiano. Nel 2012 le quote dei due comparti erano ben diverse, con l'Advertising sulla Stampa che si attestava al 24% e l'Internet Advertising che aveva raggiunto il 21% del totale investimenti pubblicitari.

È quanto emerge dalla fotografia scattata dall'Osservatorio New Media & New Internet del Politecnico di Milano sull'andamento degli introiti pubblicitari nel nostro Paese.

L'Advertising sulla Stampa¹ perde il 20% in un anno, passando da un valore pari a 1,72 miliardi di € nel 2012 a 1,38 miliardi di € nel 2013, calo che non sembra destinato ad arrestarsi velocemente. L'andamento dei primi mesi del 2014 porta, infatti, ad una stima di ulteriore riduzione per quest'anno (-15%), che porterà il comparto a valere 1,17 miliardi di euro, pari al 17% del totale investimenti pubblicitari.

Al contrario l'Internet Advertising è cresciuto nel 2013 del 17%, passando da un valore di 1,53 miliardi di € nel 2012 a 1,80 miliardi. L'andamento relativo ai primi mesi del 2014 porta a prevedere il superamento dei 2 miliardi di € nel 2014 che equivarranno a circa il 30% dell'intero mercato Advertising.

Per quanto concerne gli altri comparti, continua il calo anche dei ricavi legati alla TV² (-12%): il fatturato dell'Advertising TV passa, infatti, da poco meno di 3,6 miliardi di euro nel 2012 a 3,17 nel 2013. La TV mantiene ancora pienamente la leadership del mercato, ma con una quota che passa dal 49 al 47%. Anche la Advertising su Radio³ mostra una tenuta della quota di mercato relativa, pari al 5% del totale, con un valore in decrescita del 10% (da 390 a 350 milioni di € tra il 2012 e il 2013).

“L'affermazione della nuova Internet, incentrata sempre più sui Mobile Device, sui Social Network e sui

¹ Rielaborazione a cura dell'Osservatorio su dati ADS, Agcom e Nielsen.

² Rielaborazione a cura dell'Osservatorio a partire dall'analisi dei bilanci degli operatori del settore, interviste dirette e dati Nielsen.

³ Dati Nielsen/FCP-Assoradio.

Video ha generato un profondo cambiamento nel mercato dell'Advertising, che ora giunge a una svolta decisiva" afferma Andrea Rangone, Coordinatore degli Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano. "Nel corso del 2013, infatti, è cresciuta sensibilmente la pubblicità su Smartphone e Tablet (più 180%), su Social Network (più 75%) e su Video (più 32%)".

Offrire informazioni chiare e strutturate sull'evoluzione e sui fenomeni emergenti che caratterizzano un mercato in forte crescita come quello dell'Online Advertising, è fondamentale per sostenere le decisioni di investimento delle aziende del nostro Paese.

In linea con un comune orientamento all'apertura nei confronti di terze parti, gli Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano e IAB Italia hanno deciso di unire le forze, mettendo a fattor comune fonti, metodologie di rilevazione e ricerche, competenze verticali, conoscenza e visione del mercato, per arrivare ad offrire una rilevazione esaustiva e rappresentativa di tutti gli operatori dell'ecosistema dell'Online Advertising.

Ufficio stampa School of Management del Politecnico di Milano

Barbara Balabio

Tel.: 02 2399 9578

email barbara.balabio@polimi.it

Skype barbara.balabio

www.osservatori.net

Mirandola Comunicazione

Marisandra Lizzi - Marco Ferrario

Tel.: 0524/574708 - 3207910162

email: marisandra@mirandola.net

marco.ferrario@mirandola.net

Skype: marisandralizzi - marco.ferrario3

La School of Management del Politecnico di Milano, con oltre 240 docenti, e circa 80 fra dottorandi e collaboratori alla ricerca, dal 2003 accoglie le attività di ricerca, formazione e alta consulenza, nei campi management, economia e industrial engineering. Fanno parte della Scuola il Dipartimento di Ingegneria Gestionale, le Lauree e il PhD Program di Ingegneria Gestionale e il MIP, la business school del Politecnico di Milano. Nel 2007 ha ricevuto l'accreditamento EQUIS e dal 2009 è nella classifica del Financial Times delle migliori Business School d'Europa; nel Marzo 2013 ha ottenuto il prestigioso accreditamento internazionale da AMBA (Association of MBAs). Gli Osservatori ICT & Management della School of Management del Politecnico di Milano (www.osservatori.net) vogliono offrire una fotografia accurata e continuamente aggiornata sugli impatti che le tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) hanno in Italia su imprese, pubbliche amministrazioni, filiere, mercati ecc.

Gli Osservatori sono ormai molteplici e affrontano in particolare tutte le tematiche più innovative: Agenda Digitale, Big Data Analytics & Business Intelligence, Canale ICT, Cloud & ICT as a Service, eCommerce B2c, eGovernment, eProcurement nella PA, Fatturazione Elettronica e Dematerializzazione, Gestione Strategica dell'ICT, Gestione dei Processi Collaborativi di Progettazione, Gioco Online, HR Innovation Practice, ICT & Business Innovation nel Fashion-Retail, ICT & Commercialisti, ICT & PMI, ICT & Professionisti, ICT Accessibile e Disabilità, ICT in Sanità, ICT nel Real Estate, ICT nelle Utility, Internet of Things, Intranet Banche, Mobile & App Economy, Mobile Banking, Mobile Device & Business App, Mobile Marketing & Service, Mobile Payment & Commerce, Multicanalità, New Media & New Internet, New Slot & VLT, Smart Working, Startup Digitali.