

2/8/19 – Pubblicità sui media. Radio sempre in positivo, cala la tv, molto male la stampa

Sono stati resi noti i dati relativi alla pubblicità sui diversi media monitorati da Nielsen, società che cura la rilevazione del mercato pubblicitario in Italia. Nei primi sei mesi dell'anno (comparati con lo stesso periodo del 2018), il totale del mercato evidenzia un segno negativo di -1,3% (che peggiora a -5,7% senza search e social). Tra i diversi media, prosegue la crescita della radio, che evidenzia un dato con segno positivo del +1,4% (in linea con la tendenza registrata anche negli ultimi mesi), confermandosi come mezzo molto importante per gli investitori pubblicitari.

In calo la tv, che segna -6,3% sullo stesso periodo del 2018, mentre non si arresta il trend fortemente negativo della stampa (-10,1% per i quotidiani e -14,7% per i periodici).

I dati di dettaglio relativi ai singoli mezzi sono pubblicati nella sezione “Mercato pubblicità” del sito www.aeranticorallo.it, **al seguente link**