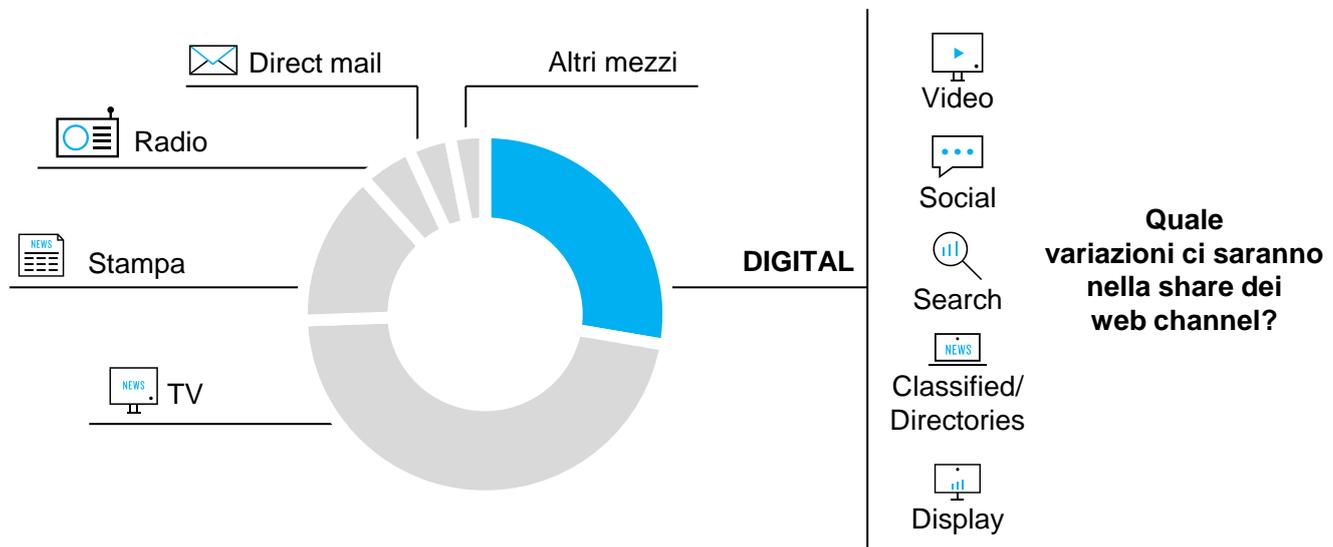


SURVEY DIGITAL 2018

DIGITAL ADVERTISING: UNO SGUARDO AL FUTURO

A marzo del 2018 Nielsen ha effettuato la V edizione della *Survey sul Digital Advertising*, coinvolgendo i direttori marketing/comunicazione e i responsabili del budget media di circa 160 aziende – in gran parte top spender in Italia. Il rapporto, comprensivo di oltre 50 slide, delinea il quadro delle attività di digital adv nel corso del 2017 e ne stima l'andamento nel 2018 e nel 2019.



Tutti i dati sono declinati per macro-settore (Largo Consumo, Beni Durevoli, Servizi/Attività, Persona, Tempo Libero). Per i settori più attivi sul digital è possibile effettuare un focus sul singolo settore confrontando tutti i risultati della Survey con i benchmark del totale mercato digital.

- Abbigliamento
- Alimentari
- Automobili
- Bevande/alcolici
- Cura persona
- Distribuzione
- Farmaceutici/sanitari
- Finanza/assicurazioni
- Telecomunicazioni
- Tempo libero
- Toiletries
- Turismo/viaggi

+ LUXURY

Quest'anno è stato creato ad hoc il comparto lusso con una selezione di aziende «high level» in diversi settori.

Ecco alcune delle domande alle quali la Survey può dare risposta:

Il digital adv continuerà a crescere nel 2018, o ci dobbiamo aspettare un rallentamento? La quota di investimento destinata al **programmatic** crescerà nel 2018?



Il digital **video advertising** ha caratteristiche peculiari rispetto alla TV? Quale sarà il trend nel 2018 e 2019?



Le aziende continuano a investire nel **mobile** e nella costruzione di **app**?



Quali crescite si prevedono per i canali **social**? Gli **influencer** o i blogger sono scelti per iniziative social a supporto della pubblicità classica?

Per ulteriori informazioni: maurizio.ranieri@nielsen.com