

## I DATI NIELSEN MEDIA RESEARCH SUL PERIODO GENNAIO-AGOSTO 2007

# Investimenti adv, prosegue l'exploit di internet

LA RETE FA REGISTRARE UNA VARIAZIONE POSITIVA DEL +42,9% IN OTTO MESI SUPERANDO I 165 MILIONI

Secondo le analisi Nielsen Media Research, gli investimenti pubblicitari nel periodo gennaio-agosto 2007 hanno superato i 5.492 milioni con una variazione positiva del +1,1% sul periodo corrispondente dell'anno scorso. L'andamento del mese di ago-

sto 2007, rispetto allo stesso mese del 2006, mostra un incremento del +8,6%. Tra i principali settori, si segnala il buon andamento delle auto (+2,1%), dell'abbigliamento (+20,5%) e della finanza/assicurazioni (+14,1%). Segno negativo, invece, per gli alimentari (-3,9%),

le telecomunicazioni (-3,4%), le bevande/alcolici (-6,2%) e il media/editoria (-2,4%). Per quanto riguarda i mezzi, continua l'exploit di internet che fa registrare una variazione positiva del +42,9% in otto mesi superando i 165 milioni. Per la televisione si registra un calo

sul progressivo del -2,% e sul singolo mese una ripresa del +6,4%, grazie a campagne delle Tlc, bevande/alcolici e gestione casa. Per la stampa, nel complesso, la variazione da gennaio è del +2,8%. I quotidiani a pagamento hanno fatto registrare il +3,3%, con la commerciale nazionale a +2,7%, la locale a +4,4% e le tipologie di "di servizio" e "rubricata" a +3,5%. I periodici chiudono il periodo con il +2,1%. Il settore più importante sui periodici, l'abbigliamento, investe circa 183 milioni con un aumento del +18,9 % sul 2006. In decisa ripresa la radio che archivia questa prima parte dell'anno con il +7,7% ed evidenzia un incremento, agosto 2007 su agosto 2006, del +15,7%. Sulla radio si segnala il +11,7% di aumento degli investimenti del settore auto e il +24,8 del settore alimentare. Si riallineano al 2006 gli investimenti delle affissioni (+0,3%), mentre il cinema è ancora in difficoltà (-9,9% a schermi non omogenei).

LA PUBBLICITA' IN ITALIA Stime elaborate da Nielsen Media Research Investimenti pubblicitari in migliaia di Euro	2006 Gen./Ago.	2007 Gen./Ago.	Var. %
<b>TOTALE PUBBLICITA'</b>	<b>5.432.501</b>	<b>5.492.858</b>	<b>1,1</b>
<b>TV</b>	3.016.371	2.956.919	-2,0
<b>STAMPA</b>	1.855.974	1.907.886	2,8
<b>QUOTIDIANI</b> (senza Free/Pay Press)	1.071.551	1.106.810	3,3
Comm.Nazionale (*)	580.533	596.216	2,7
Comm.Locale (Fonte Fcp)	272.329	284.245	4,4
Rubricata + Di Servizio (Fonte Fcp)	218.689	226.349	3,5
<b>PERIODICI (+)</b>	784.423	801.076	2,1
<b>RADIO</b>	284.261	306.026	7,7
<b>INTERNET</b> (Fonte: Osservatorio IAB Italia/FCP-AssolInternet)	115.540	165.089	42,9
<b>AFFISSIONI</b> (Fonte: Audiposter)	121.695	122.098	0,3
<b>CINEMA (**)</b>	38.659	34.841	-9,9

L'universo di riferimento è quello dei mezzi rilevati da Nielsen Media Research.

\* QUOTIDIANI e PERIODICI: Le elaborazioni sono effettuate con il contributo di FCP

\*\* CINEMA: Il numero di schermi del 2007 non è confrontabile con il numero di schermi del 2006

# DIRECT MARKETING B2B?

passione  
professionalità  
risultati



**BusinessFinder**  
EMAIL MARKETING SOLUTIONS

[www.businessfinder.it](http://www.businessfinder.it)