

A photograph of a man with dark hair reading a newspaper. He is sitting on a wooden chair. The background shows white cabinets with two handles. A large blue circle is overlaid on the right side of the image, containing the text 'Media Monthly Report' and 'Giugno 2009'.


Media Monthly Report

Giugno 2009

nielsen
.....



Giugno 2009

-  Indicatori macroeconomici
-  Andamento dei consumi
-  Investimenti pubblicitari
-  Audience tv e Internet
-  News dal mondo di marketing e media

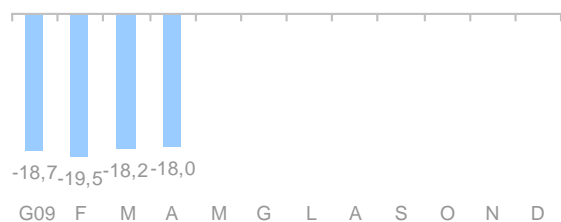
Clicca qui per ricevere ogni mese il
Media Monthly Report

Per maggiori informazioni
Email: media.italy@nielsen.com
Telefono: 02.54035.403

www.it.nielsen.com

Investimenti pubblicitari

Advertising: var.% mensile tendenziale



fonte: Nielsen Media

Nel primo quadrimestre di quest'anno gli investimenti pubblicitari ammontano a 2.860 milioni con una diminuzione del -18,0% rispetto al corrispondente periodo del 2008. Il confronto mensile, aprile 2009 verso aprile 2008, fa registrare il -17,4%.

Wind, Vodafone, Ferrero, Volkswagen, Unilever, Barilla, Procter&Gamble, Danone, Fiat Div. Fiat Auto e L'Oreal sono i Top Spender dei primi quattro mesi dell'anno con 390,7 milioni euro, il -13,4% in meno del corrispondente periodo del 2008. Di queste dieci aziende soltanto tre hanno incrementato gli investimenti rispetto all'anno scorso, mentre la maggior parte li ha ridotti di oltre il 20%.

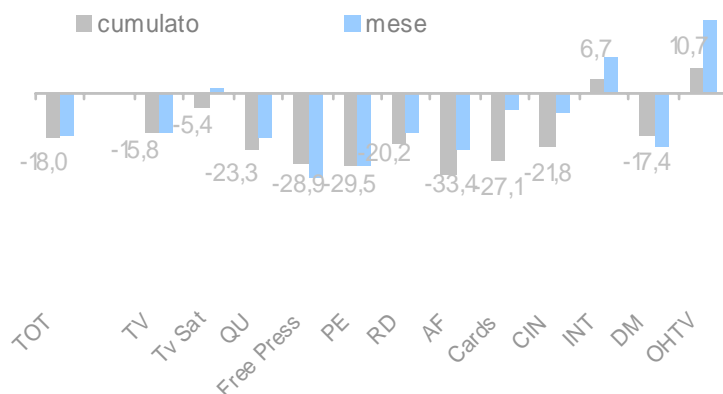
L'analisi dei mezzi mostra per la Televisione, considerando sia i canali generalisti che quelli satellitari (marchi Sky e Fox), una flessione gennaio-aprile 2009 verso gennaio-aprile 2008 del -15,3% e sul singolo mese di aprile del -15,1%.

La Stampa, nel suo complesso, da gennaio ha un calo del -25,6%. I Periodici diminuiscono del -29,5% con l'Abbigliamento a -29,2%, la Cura persona a -27,6% e l'Abitazione a -26,8%.

I Quotidiani a pagamento mostrano una flessione del -22,7% con l'Automobile e l'Abbigliamento, i due settori più importanti, che riducono gli investimenti rispettivamente del -36,6% e del -31,5%. In contrazione la raccolta dei Quotidiani Free/Pay Press (-29,0%). La Radio diminuisce del -19,2% nel quadrimestre e del 16,9% nel confronto mensile. Tra i settori in positivo nel mese di aprile 2009 si evidenziano: Auto, Distribuzione e Tlc.

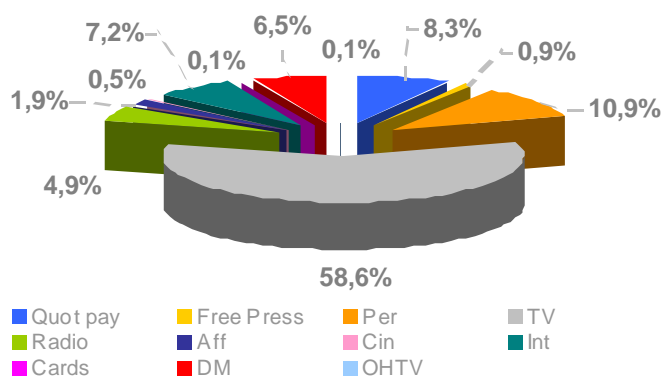
Fanno registrare variazioni negative Affissioni (-33,4%), Cinema (-21,9%), Cards (-27,2%) e Direct mail (-17,4%). Performance, invece, positiva per Internet che cresce del +6,7% superando i 188 milioni. Aumenta anche l'Out of Home Tv (+10,7%).

Gen- Apr 09: Advertising: var.% mezzi



fonte: Nielsen

Gen-Apr 2009: investimenti per mezzo



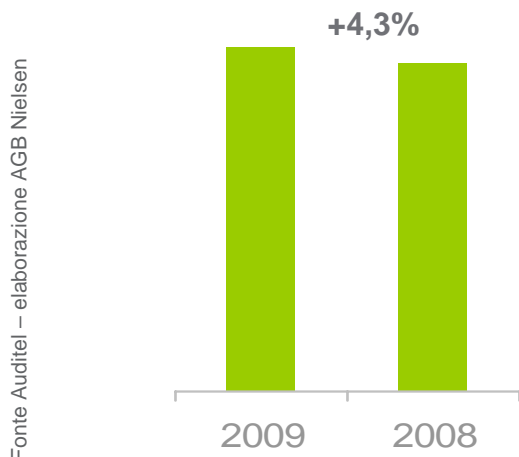
Fonte: Nielsen, tipologia commerciale nazionale (la Tv include la Satellitare)

Top Spender Gen-Apr 2009

1. Wind
2. Vodafone
3. Ferrero
4. Volkswagen
5. Unilever

Audience Tv

Media Audience gennaio-Maggio 2009 vs 2008



- Le Audience televisive sono in aumento nei primi 5 mesi dell'anno. Rispetto al Gennaio – Maggio 2008 i telespettatori sono aumentati del +4,3%

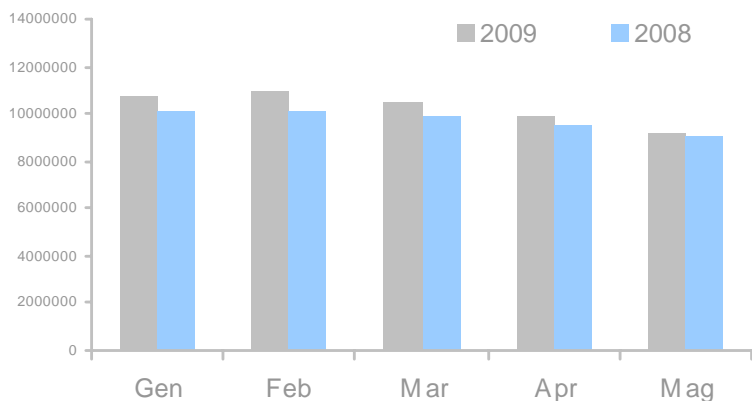
- La tavola a centro pagina dimostra come l'aumento è stato costante in tutti i mesi e con un picco di crescita in particolare a Febbraio

- Prosegue il processo di transizione tra la trasmissione analogica a quella digitale in diverse Regioni italiane ed assume particolare interesse l'andamento dei canali tematici che sono ricevibili solo in digitale terrestre o via Satellite. La tabella in basso riporta le audience nel mese di Maggio delle emittenti più viste trasmesse via satellite o via digitale terrestre.

- Nei primi tre posti troviamo due emittenti con programmazione rivolta ai bambini.

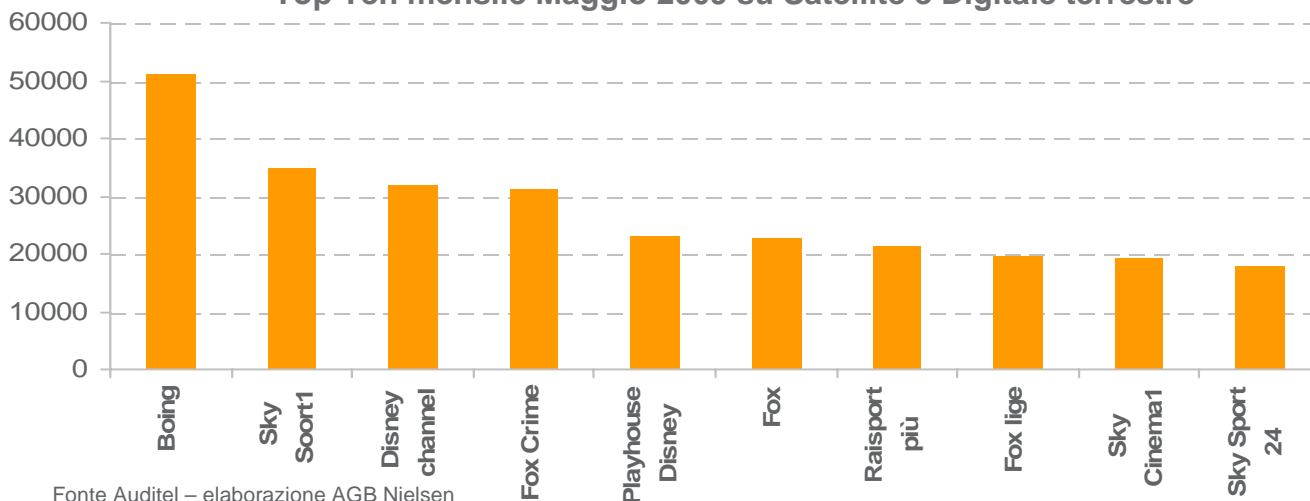
- Peso rilevante anche per i canali sportivi e per Cinema e Fiction.

TV audience: media mensile nei primi 5 mesi dell'anno. Totale Tv



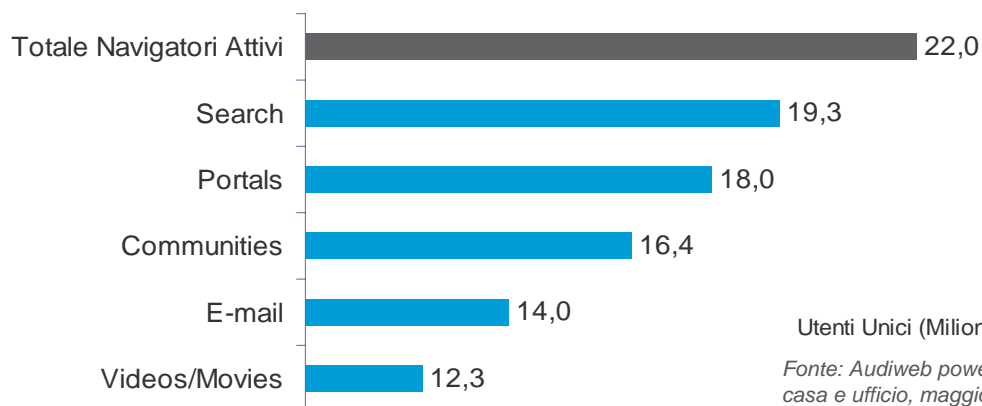
Fonte Auditel – elaborazione AGB Nielsen

Top Ten mensile Maggio 2009 su Satellite e Digitale terrestre



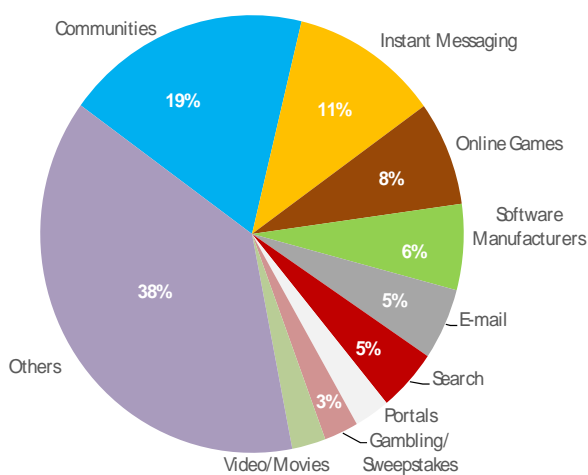
Audience Internet

Internet: categorie più visitate a Maggio 2009



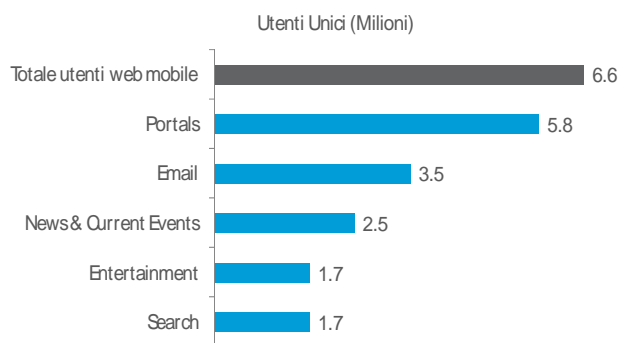
Utenti Unici (Milioni)
 Fonte: Audiweb powered by Nielsen Online, accessi da casa e ufficio, maggio 2009

La ripartizione del time budget dedicato a internet



Fonte: Audiweb powered by Nielsen Online, accessi da casa e ufficio, maggio 2009

Internet Mobile: categorie più visitate



Fonte: Nielsen Online, Mobile Media View Internet, 1° trimestre 09, dati mensili

- A maggio 2009 i navigatori attivi sono stabili a 22 milioni. L'arrivo della bella stagione riduce lievemente il tempo speso online, che è 27 ore e 20 minuti, circa 25 minuti in meno rispetto ad aprile.

- I consumi di internet sono stati comunque alti se confrontati con il mese di maggio del 2008: ogni navigatore si è collegato in media 35 volte contro le 30 di un anno fa, ha trascorso online 5 ore e 45 minuti in più e ha visitato 79 siti, 7 in più.

- Per quanto riguarda le categorie di siti più visitate, non cambia nulla in termini di ranking nelle prime 5 categorie. Tra le altre categorie, da segnalare la crescita dei siti di news e di sport (entrambi +6% rispetto ad aprile) e di quelli legati alla salute, al benessere e al fitness (+7%), mentre in termini di tempo speso online si segnala la forte crescita dei siti di scommesse e azzardo online (Gambling/Sweepstakes), che con la legalizzazione del poker online in Italia sta vivendo un vero e proprio boom con oltre 5 milioni di utenti che passano online in media due ore al mese (il 3% del time budget complessivo di internet).

- Oltre 6 milioni di individui si collegano a internet dal cellulare o da un altro dispositivo mobile. Per quanto riguarda le categorie più visitate, al primo posto troviamo i portali generalisti, visitati da quasi il 90% dei navigatori mobile. Seguono poi le email, utilizzate da oltre la metà e i siti di news, che attraggono più di un terzo degli utenti web in mobilità.

The Nielsen Company, Media

Contatti:

Via Lattuada 25, 20135 Milano
Email: media.italy@nielsen.com
telefono: 02.54035.1

www.it.nielsen.com