


Media Monthly
Report

Aprile 2009

nielsen
.....



Aprile 2009

-  Indicatori macroeconomici
-  Andamento dei consumi
-  Investimenti pubblicitari
-  Audience, letture e contatti
-  News dal mondo di marketing e media

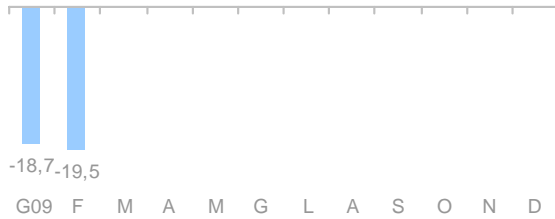
Clicca qui per ricevere ogni mese il
Media Monthly Report

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

www.it.nielsen.com

Investimenti pubblicitari

Advertising: var.% mensile tendenziale

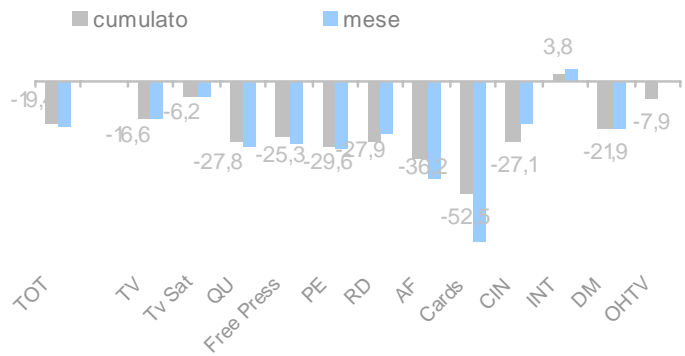


fonte: Nielsen

Continua il difficile momento dell'advertising: nei primi due mesi di quest'anno si registra, infatti, una diminuzione del -19,5% rispetto al corrispondente periodo del 2008. La contrazione riguarda, con diversa intensità, tutti i mezzi ad eccezione di Internet. Wind, Ferrero e Volkswagen con circa 70 milioni di euro di spesa guidano la classifica dei Top spender. Complessivamente le aziende attive in comunicazione sono 6.721 (erano 7.552 a gennaio-febbraio 2008) con un investimento medio di 155 mila euro (-9,3%). L'analisi dei mezzi mostra per la Televisione, considerando sia i canali generalisti che quelli satellitari (marchi Sky e Fox), una flessione sul bimestre del -16,0%. Tra i principali settori si evidenzia il calo di Alimentari (-14,7%), Auto (-17,6%), Telecomunicazioni (-2,7%) e l'exploit di Enti/Istituzioni (+39,2%). La Stampa, nel suo complesso, ha un calo del -27,4%. I Periodici diminuiscono del -29,6% con l'Abbigliamento a -34,6%, la Cura persona a -28,7% e l'Abitazione a -16,8%. I Quotidiani a pagamento mostrano una flessione del -26,4% con l'Auto e l'Abbigliamento, i due settori più importanti, che riducono gli investimenti rispettivamente del -45,3% e del -45,2%.

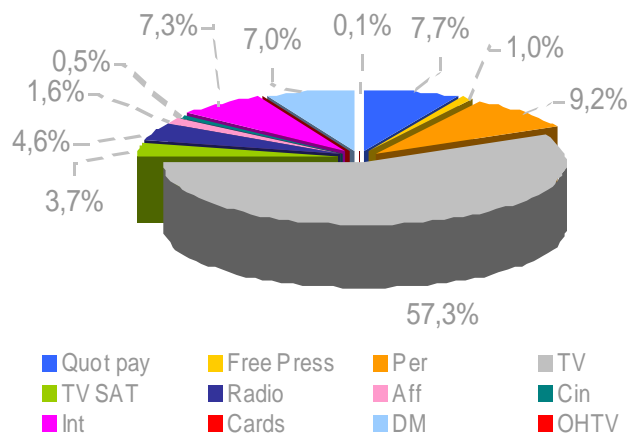
E' soprattutto la Commerciale Nazionale a frenare con una diminuzione del -33,9%, ma sono in calo anche la Locale (-16,7%) e la Rubricata/Di Servizio (-21,6%). In contrazione anche la Free Press (-25,3%). I primi due mesi dell'anno fanno registrare variazioni negative anche per la Radio (-27,2%), per l'Outdoor (-36,2%), per il Cinema (-27,1%) e per le Cards (-52,5%). Il Direct mail passa da 101 milioni del gennaio-febbraio 2008 a 79 milioni nel gennaio-febbraio 2009 (-22,0%). Performance, invece, positiva per Internet che cresce del +3,9% superando gli 83 milioni.

Gen- Feb 09: Advertising: var.% mezzi



fonte: Nielsen

Gen-Feb 2009: investimenti per mezzo



Fonte: Nielsen, tipologia commerciale nazionale

Top Spender Gen-Feb 2009

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

News dal mondo di marketing e media

Blackberry: un ponte tra tecnologia e relazioni sociali

Elisa Scarcella (www.eccellere.com).

Resta in contatto con quello che conta di più, in viaggio, ovunque ti trovi, con il tuo smartphone BlackBerry. Funzionalità di posta elettronica, telefono, mappe, agenda, applicazioni, giochi, Internet e molto altro ancora. La soluzione BlackBerry supporta le piattaforme di posta elettronica aziendali più diffuse e può essere personalizzata secondo le esigenze individuali o aziendali, su qualsiasi scala e in qualsiasi settore”.

Con queste potenzialità, tratte dal sito ufficiale del prodotto www.blackberry.com/it, non si stenta a capire perché attualmente RIM (Research In Motion), azienda canadese produttrice del BB, conti oltre 16 milioni di abbonati BB a livello mondiale, aumentati del 29% rispetto allo scorso anno. 5.4 milioni sono stati i BB venduti nel primo trimestre 2009 e dei circa 2.3 milioni di nuovi abbonati nel 1° trimestre dell'anno fiscale 2009, circa il 60% appartiene all'utenza privata...

Per leggere l'articolo intero:

www.eccellere.com/public/rubriche/tecnologia/ricerca_blackberry_unibocconi-106.asp

Tv digitale, e la UE sta a guardare

www.corrierecomunicazioni.it

Sospesa. La procedura d'infrazione aperta dall'Unione europea contro l'Italia sulla legge Gasparri per il momento è in standby. Grazie alle nuove regole per il passaggio al digitale terrestre indicate nella delibera Agcom approvata a maggioranza - contrari i consiglieri Nicola D'Angelo e Sebastiano Sortino - Bruxelles ha deciso di sospendere il procedimento. Lo chiuderà definitivamente se verrà data piena esecuzione all'intesa concretizzata dalla delibera. E se verrà conclusa la procedura di gara entro la fine dell'anno. Si profila comunque piena di ombre e interrogativi la delibera che scatta la nuova fotografia delle emittenti a transizione avvenuta. Con lo switch off gli incumbent Rai e Mediaset perderanno un multiplex...

Per leggere l'articolo intero:

<http://www.corrierecomunicazioni.it/index.php?section=news&idNotizia=73765>

Il settore pubblicitario: opportunità per gli inserzionisti in tempi di crisi

Augusto Preta (www.itmedia-consulting.com)

Il settore pubblicitario, in Italia come nel resto d'Europa, deve fare i conti con una più generale tendenza ad una riduzione degli investimenti per effetto della crisi economica. Per dare un'idea della dimensione del fenomeno, si pensi che gli investimenti in pubblicità sono calati, nel solo mese di gennaio, del 18,7%.

Per leggere l'articolo intero:

<http://www.itmediaconsulting.com/index.php?login=a2zo008qx2e4pyiz&page=p48y19bk45689v43f&lang=it>

Matteo Daste: con Baia al fianco degli imprenditori italiani nella Silicon Valley.

Enrico Ratto (www.eccellere.com).

Matteo Daste ha trentatré anni, vive in California ed è socio di uno studio legale di San Francisco. E' advisor per diverse start up, si confronta con venture capital che funzionano davvero: qualcosa che lui stesso, pur amando l'Italia e il suo tessuto imprenditoriale, oggi reputa poco immaginabile se dieci anni fa fosse rimasto a Genova per concludere il suo corso di studi. Tre anni fa, insieme a Giorgio Ghersi e Michele Orsino, ha fondato un network per raccogliere esperienze e contatti tra gli italiani che hanno seguito la stessa strada, e che oggi si confrontano con il dinamismo continuo della società americana. E' nata così Baia (Business Association Italy America) riunisce su diverse piattaforme (on line su LinkedIn e Ning), offline attraverso una serie di eventi periodici in Italia e Stati Uniti...

Per leggere l'articolo intero:

http://www.eccellere.com/public/rubriche/mercatiinternazionali/baia_network-108.asp

Si ringraziano per i contributi di questa sezione:



www.mymarketing.net/
Gruppo consulmarketing



ACPI: Associazione
consulenti pubblicitari

Corriere delle
Comunicazioni

The Nielsen Company, Media

Contatti:

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

www.it.nielsen.com