


Media Monthly
Report

Novembre 2009

nielsen
.....



Novembre 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

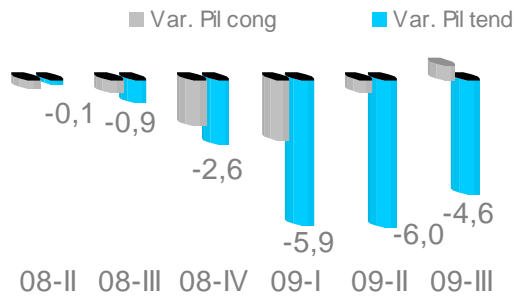
Per maggiori informazioni
Email: media.italy@nielsen.com
Telefono: 02.54035.403

www.it.nielsen.com

nielsen
• • • • •

Indicatori Macroeconomici

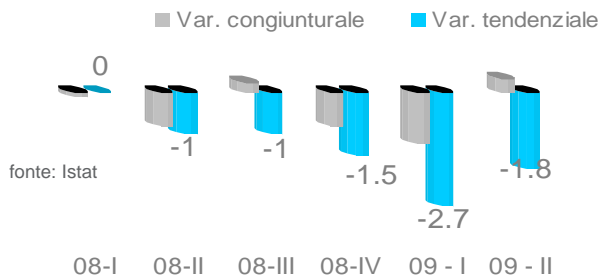
P.I.L.: variazione % trimestrale



fonte: Istat

Secondo le stime preliminari dell'Istat nel terzo trimestre del 2009 il PIL è aumentato dello 0,6% rispetto ai 3 mesi precedenti, segnando la prima crescita congiunturale dopo 5 trimestri negativi. L'aumento congiunturale del PIL è il risultato di un aumento del valore aggiunto dell'industria e dei servizi e di una diminuzione del valore aggiunto dell'agricoltura. Rispetto allo stesso periodo dello scorso anno il Pil è invece diminuito del 4,6%

Consumi famiglie: var.% trimestrale

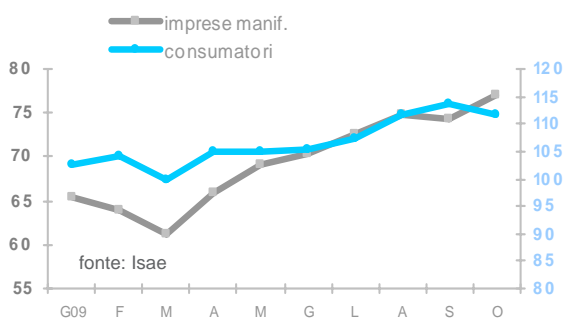


fonte: Istat

I salari bassi, la forte crescita di disoccupazione e il ricorso alla cassa integrazione determinano la continua contrazione dei consumi

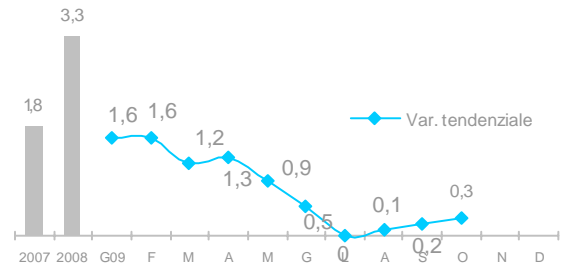
Negli ultimi due mesi il clima di fiducia è in crescita per i consumatori mentre rimane stabile quello delle imprese.

Clima di fiducia: indice mensile ISAE



fonte: Isae

Inflazione: var.% mensile tendenziale



Fonte: Istat

L'inflazione, nel mese di ottobre ha registrato un aumento dello 0,1% rispetto a settembre e una crescita dello 0,3% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. Gli incrementi tendenziali più elevati si registrano nei capitoli Bevande alcoliche e tabacchi (+2,7%), Istruzione e Altri beni e servizi (+2,5% per entrambi) e Comunicazioni (+1,6%). Variazioni tendenziali negative si sono avute invece nei capitoli Abitazione, acqua, elettricità e combustibili (-2,6%) e Trasporti (-2,2%).

Previsioni chiusura 2009: stime raccolte tra Settembre e Ottobre 2009 (var.%)

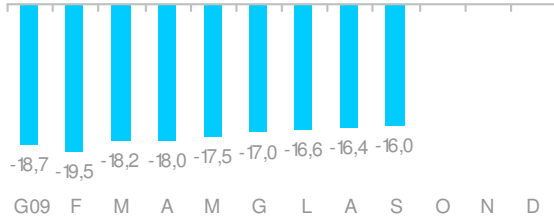
PIL:	Confindustria	-4,5
	FMI	-5,1
	Isae	-4,7
CONSUMI:	CSC	-1,4
	FMI	-1,7
	NIELSEN	-0,1
INFLAZIONE	ISAE	0,8
	FMI	0,7

Previsioni di chiusura 2009 delle principali economie

	FMI: Ottobre 2009	PIL Var. %	Infl.	Disoccupazione
USA		-2,7	-0,4	9,3
Area Euro		-4,2	0,3	9,9
Germania		-5,3	0,1	8,0
UK		-4,4	1,9	7,6
Francia		-2,4	0,3	9,5
Spagna		-3,8	-0,3	18,2
Giappone		-5,4	-1,1	5,4
Cina		5,4	-0,1	nd

Investimenti pubblicitari

Advertising: var.% mensile tendenziale.
Dato progressivo



fonte: Nielsen Media

Da gennaio a settembre gli investimenti pubblicitari ammontano a 5.990 milioni di euro con una flessione del -16,0% rispetto al corrispondente periodo del 2008. Settembre 2009 verso settembre 2008 la variazione è del -12,8%. A livello di settori merceologici, considerando il periodo cumulato, si registrano: -11,6% per gli Alimentari, -21,3% per le Auto e -5,7% per le Telecomunicazioni. La Televisione, considerando i canali generalisti e quelli satellitari (marchi Sky e Fox), mostra una flessione del -13,2% sul periodo cumulato e del -7,1% sul singolo mese. La Stampa, nel suo complesso, da gennaio ha un calo del -23,6%. I Periodici diminuiscono del -28,8% con l'Abbigliamento a -29,0%, la Cura Persona a -24,3% e l'Abitazione a -31,7%. I Quotidiani a pagamento mostrano una flessione del -19,5% con l'Automobile, l'Abbigliamento e la Distribuzione, i tre settori più importanti, che riducono la spesa rispettivamente del -34,5%, del -24,1% e del -25,7%.

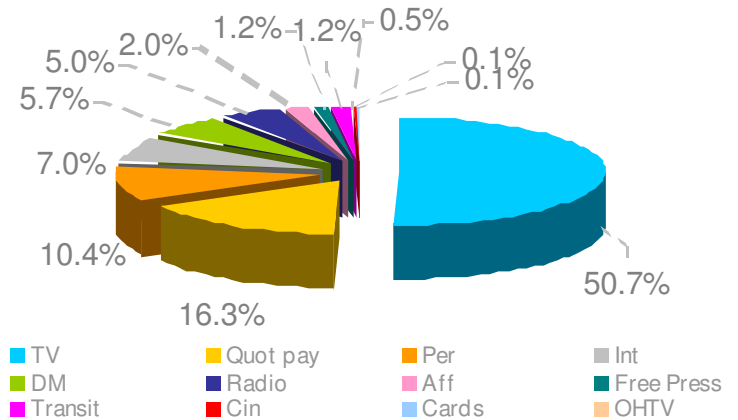
Sono in controtendenza l'Abitazione che aumenta del +8,8% sul cumulato (e del +15,6% settembre 2009 su settembre 2008) e il Turismo/Viaggi con il +7,5%.

A livello di tipologie la Commerciale segna il -22,9%, la Locale il -15,1% e la Rubricata/Di Servizio il -17,1%. In contrazione anche la raccolta dei Quotidiani Free/Pay Press (-28,7%).

La Radio diminuisce da gennaio del -14,0% ed è in leggera crescita nel confronto mensile settembre 2009 su settembre 2008 (+0,6%). Fanno registrare variazioni negative anche: Affissioni (-26,0%), Cinema (-12,4%), Out of Home Tv (-1,1%) e Direct Mail (-17,9%). Performance positiva invece per Internet che cresce del +5,2% raggiungendo i 421,4 milioni di euro e per le Cards (+1,0%).

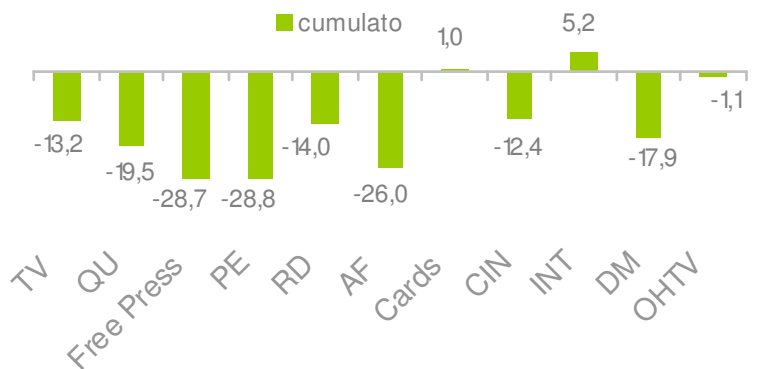
Si aggiungono al mercato fin qui analizzato gli investimenti pubblicitari sul Transit, la pubblicità dinamica gestita da IGPDecaux su metropolitane, aeroporti, autobus e tram. Da gennaio a settembre 2009 l'advertising è di circa 71 milioni di euro.

Gen-Set 2009: peso % dei mezzi



Fonte: Nielsen, tutte le tipologie incluse in AdEx (la Tv include la Satellitare)

Gen-Set 09: Advertising: var.% mezzi



fonte: Nielsen

Top Spender Gen-Set 2009

1. Wind
2. Unilever
3. Vodafone
4. Telecom It Mob.
5. Barilla

The Nielsen Company, Media

Contatti:

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

www.it.nielsen.com