



Italia

Cerca

[Home](#) | [L'azienda](#) | [Soluzioni](#) | [Notizie](#) | [Eventi](#) | [Carriere](#) | [Trend e insight](#) |

Informazioni correlate

[Trend e insight](#)[Notizie](#) > 10 novembre 2009

Il mercato pubblicitario è in calo del -16,0% nel periodo gennaio-settembre 2009

A settembre la variazione rispetto allo stesso mese del 2009 è stata del -12,8%

Milano, 10 novembre 2009

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. Wind, Unilever, Vodafone, Telecom It, Mobile, Ferrero, Barilla, Procter&Gamble, L'Oreal, Volkswagen e Fiat Div. Fiat Auto guidano la classifica dei Top Spender nei primi nove mesi del 2009 con investimenti pari 829 milioni di euro, in calo del -11,9% sul corrispondente periodo dell'anno scorso. 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.

The Nielsen Company

The Nielsen Company è un'azienda globale con posizione di leadership sul mercato nelle informazioni di marketing, consumer, televisione e altri media, online intelligence, mobile measurement, eventi e pubblicazioni specializzata (Billboard, The Hollywood Reporter, Adweek). E' un'azienda privata attiva in oltre 100 Paesi con sede New York (USA).

Per maggiori informazioni visitare il sito www.nielsen.com

[Torna all'inizio](#)[Politica per la privacy](#) | [Condizioni per l'uso](#) | [Guida](#) | [Contatti](#)

© The Nielsen Company

[Invia questa pagina](#)

Contatto

Nielsen Media
Anna Lungo
tel: +39 02 54035.1