



L'advertising cresce...

di Paolo Franzese

Come ogni mese Nielsen Media Research ha rilasciato i dati sugli investimenti pubblicitari, nel periodo gennaio-novembre 2007 hanno superato gli 8.050 milioni con una variazione del +2,8% sul periodo corrispondente dell'anno scorso.

Il mese di novembre 2007, rispetto allo stesso mese del 2006, mostra un incremento del +5,7%.

Tra i principali settori, si segnala l'andamento positivo dell'Auto con +1,7%, delle Telecomunicazioni con +5,0%, dell'Abbigliamento con +19,5% e della Finanza/Assicurazioni con il +12,2%. Gli Alimentari sono stabili sui valori del 2006 (-0,2%), mentre Bevande/Alcolici e Media/Editoria mostrano trend negativi rispettivamente del -4,2% e -2,7%.

I dieci Top spender del periodo sono: Unilever, Ferrero, Wind, Vodafone, P&G, Tim, Barilla, FiatDiv Fiat Auto, Volkswagen e L'Oreal Saipo.

A livello di mezzi per la Televisione si registra il +0,7% sul progressivo e il +7,5% sul singolo mese. Nel confronto novembre 2007 su novembre 2006 diciassette settori mostrano, infatti, variazioni positive e solo sette negative.

Per la Stampa, nel complesso, la variazione da gennaio è del +3,1%. I Quotidiani a pagamento hanno fatto registrare il +3,5%, con la Commerciale Nazionale a +2,8%, la Locale a +4,9% e le tipologie di Di Servizio e Rubricata a +3,3%. I Periodici chiudono il periodo con il +2,7%. Il settore più importante sui Periodici, l'Abbigliamento, investe circa 310 milioni con un aumento del +17,8% sul 2006. La Radio archivia il progressivo con il +7,8% ed evidenzia un incremento, novembre 2007 su novembre 2006, del +8,2%. Sono in ripresa le Affissioni (+2,0%), mentre per il Cinema il saldo da inizio anno è negativo (-9,3%). Continua la corsa di Internet che fa registrare una variazione del +43,4% superando i 248 milioni.

Si aggiungono al mercato fin qui analizzato gli investimenti pubblicitari sulla Free/Pay Press quotidiana e sui Canali satellitari. Per City, Leggo, Metro e 24 Minuti (rilevati da gennaio) e EPolis (rilevato da maggio) la raccolta complessiva è di 114,5 milioni. Per i Canali satellitari (Sky Sport 1, Sky Cinema 1, Sky Tg 24, Fox, Fox Life, Discovery Channel e Jetix) la rilevazione relativa ai mesi da aprile a novembre registra investimenti pari a 56,8 milioni. Auto, Bevande/Alcolici e Alimentari sono i settori più importanti con oltre 26 milioni di euro.

Fonte: www.draft.it

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 16 Aprile 2009