



Media Monthly
Report

Febbraio 2010

nielsen
.....



Febbraio 2010

-  Indicatori macroeconomici
-  Andamento dei consumi
-  Investimenti pubblicitari
-  Audience tv e Internet

Clicca qui per ricevere ogni mese il
Media Monthly Report

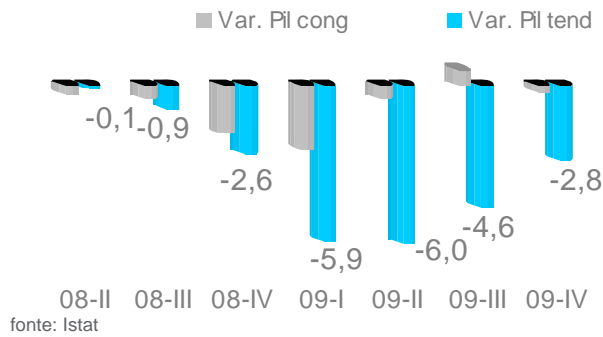
Per maggiori informazioni
Email: media.italy@nielsen.com
Telefono: 02.54035.403

www.it.nielsen.com

nielsen
• • • • •

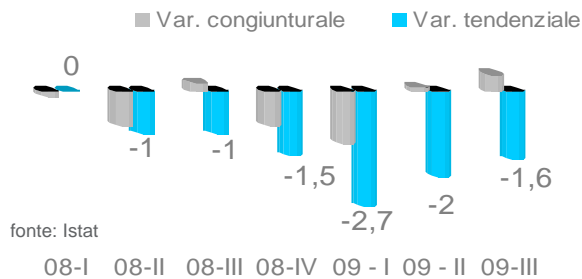
Indicatori Macroeconomici

P.I.L.: variazione % trimestrale



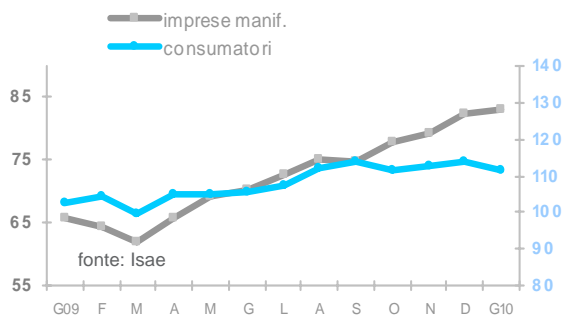
Sulla base delle informazioni finora disponibili, nel quarto trimestre del 2009 il prodotto interno lordo è diminuito dello 0,2% rispetto al trimestre precedente e del 2,8% rispetto al quarto trimestre del 2008. Nel quarto trimestre il Pil è aumentato in termini congiunturali dell'1,4% negli Stati Uniti e dello 0,1% nel Regno Unito. In termini tendenziali, il Pil è aumentato dello 0,1% negli Stati Uniti ed è diminuito del 3,2% nel Regno Unito.

Consumi famiglie: var.% trimestrale

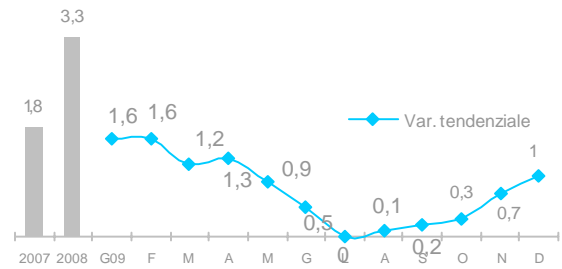


Il problema dei consumi rimane gravissimo in Italia più ancora che nel resto d'Europa. Le previsioni per il 2010 non sono rosee viste le difficoltà complessive della nostra economia. Stabile l'indice di fiducia per i consumatori, migliora quello delle imprese.

Clima di fiducia: indice mensile ISAE



Inflazione: var.% mensile tendenziale



Fonte: Istat

A dicembre 2009 l'indice nazionale dei prezzi al consumo comprensivo dei tabacchi ha registrato una variazione di + 0,2 % rispetto al mese di novembre 2009 e di + 1,0 % rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. Gli incrementi tendenziali più elevati si sono registrati in Bevande alcoliche e tabacchi (+ 4,4 %), Altri beni e servizi (+3,0 %) e Istruzione (+ 2,4%); una variazione tendenziale negativa si è verificata nel capitolo Abitazione, acqua, elettricità e combustibili (- 2,3%).

Previsioni chiusura 2010: stime raccolte tra Dicembre 2009 e Gennaio 2010:

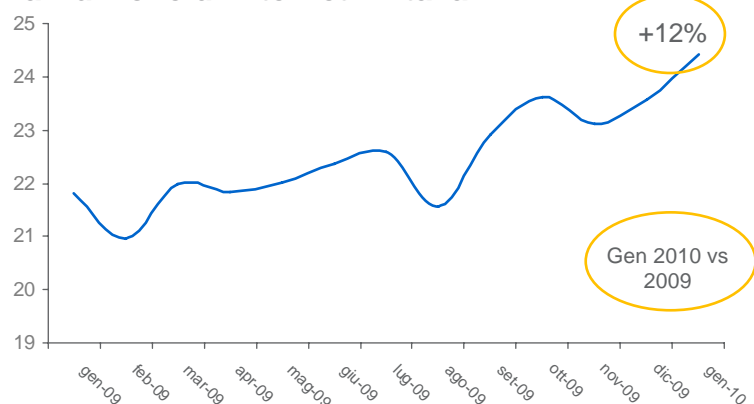
PIL:	Confindustria	+1,1%
	FMI	+1,0%
	Isae	-0,6%
INFLAZIONE	ISAE	1,7
	FMI	1,1

Previsioni di chiusura 2010 delle principali economie

	FMI: Nov 09 – Gen. 2010	PIL Var. %	Infl.	Disoccupazione
USA		2,7	1,7	10,19,3
Area Euro		1,0	0,8	11,7
Germania		1,5	0,2	10,7
UK		1,3	1,5	9,3
Francia		1,4	1,1	10,3
Spagna		-0,6	0,9	20,2
Giappone		1,7	-1,5	61,1
Cina		10,0	0,6	nd

Audience Internet

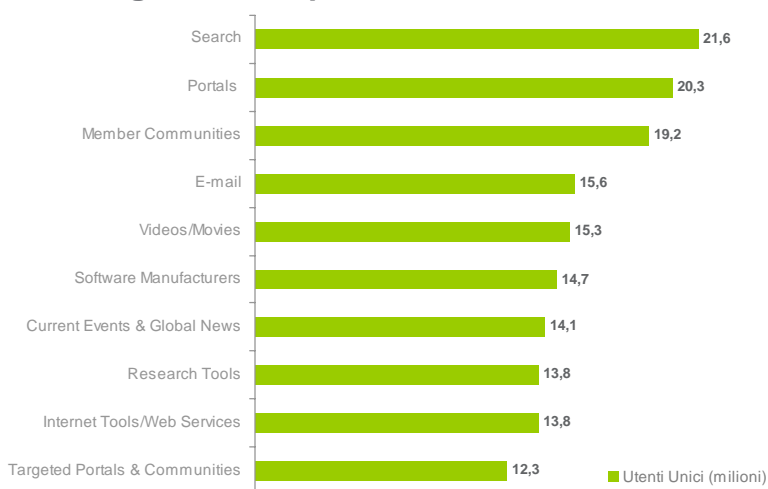
La fruizione di Internet in Italia



Fonte: Audiweb by Nielsen, Panel Casa e Ufficio. Milioni di Utenti Unici

- Il 2010 segna un grande inizio per il web: a gennaio, infatti, l'audience online raggiunge la vetta di 24,4 milioni di utenti (+3,7% rispetto al mese precedente, +12% rispetto a gennaio 2009). Dopo la flessione tipica del mese di dicembre, a gennaio i consumi tornano ai livelli più alti riscontrati nel 2009: 37 sessioni mensili, oltre 2.200 pagine viste e 31 ore di tempo speso online, circa un'ora al giorno. Rispetto al gennaio dello scorso anno, crescono del 12% le sessioni e tempo speso online e del 4% le pagine viste.

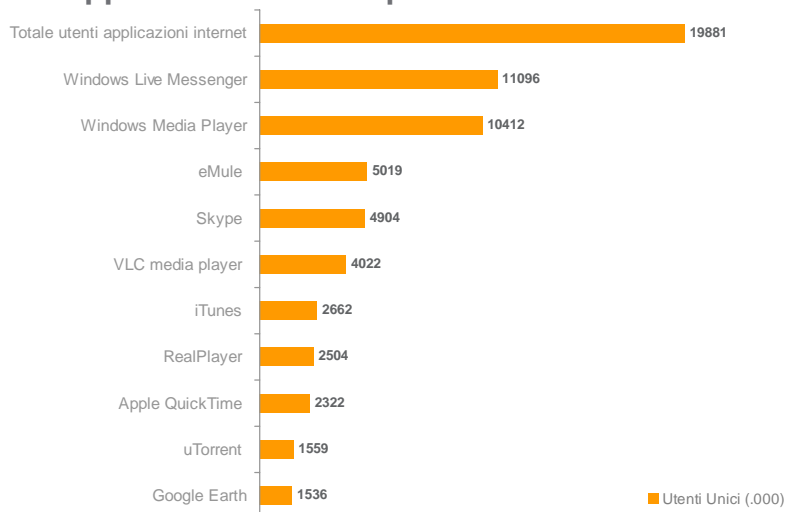
Le categorie di siti più visitate da PC



Fonte: Audiweb by Nielsen Online, Gennaio 2010 - Panel Casa e Ufficio

- Per quanto riguarda le categorie di siti più visitate, rimangono stabili le prime posizioni. In testa troviamo i motori di ricerca, che con 21,6 milioni di utenti sono utilizzati da quasi il 90% dei navigatori italiani; seguono portali, community, email e video. Conferma il settimo posto la categoria News, che con oltre 14 milioni di utenti registra un ulteriore incremento (+7%) rispetto a dicembre 2009, consolidando il ruolo di fonte fondamentale di informazione.

Le applicazioni internet più utilizzate



Fonte: Audiweb by Nielsen Online, Gen 2010 - Panel Casa e Ufficio

- Quasi 20 milioni di individui nel mese utilizzano un'applicazione internet, dedicando in media 4 ore e 39 minuti al mese. Nel ranking delle applicazioni più utilizzate, troviamo ai primi due posti le applicazioni di Windows (il Messenger e il Media Player, con oltre 11 e 10 milioni rispettivamente), al terzo posto ma più distanziato eMule (5 milioni di utenti). Da segnalare nell'ultimo anno la crescita di tutti i media player (in particolare di Real Player, VLC media player, Apple QuickTime), di Skype (+27%) e di uTorrent, programma P2P di file-sharing, che cresce del 64%.

News dal mondo di marketing e media

Prende il via in Italia il Mobile Payment

www.eccellere.com

Donazione benefica, pagamento della sosta, del cinema, del treno, ricarica del cellulare o della smart card, sono transazioni che sempre più gli italiani preferiscono fare attraverso il Mobile Payment, cioè attraverso la rete cellulare. Lo dice il primo Rapporto dell'Osservatorio NFC & Mobile Payment della School of Management del Politecnico di Milano in collaborazione con il DEI-Dipartimento di Elettronica ed Informazione e con l'RFID Solution Center, presentato nei giorni scorsi a Milano.

La Ricerca 2009 comprende l'analisi di oltre 200 applicazioni di Mobile Payment a livello internazionale, uno studio di quasi 100 servizi di Mobile Payment in Italia, un Focus Group ed una Survey estensiva su 1.500 consumatori, un'indagine su un campione di esercenti in diversi settori (distributori automatici, cinema, GdO, tabacchi/bar/edicole), un'analisi di oltre 50 casi di imprese operanti nella filiera dell'offerta del Mobile Payment, l'attivazione di un progetto pilota aperto e collaborativo. In base alla ricerca, in Italia a dicembre 2009 sono state identificate 26 applicazioni di Mobile Remote Payment, 1 solo progetto sperimentale di Mobile Proximity Payment, 7 applicazioni di Contactless Payment e qualche sperimentazione di Mobile Proximity Marketing & Service.

I servizi di Mobile Remote Payment passano da 69 nel 2008 a 78 nel 2009 (+13%). I principali servizi di Mobile Remote Payment offerti sono il pagamento della sosta (42%), il pagamento nel settore dell'intrattenimento (17%) e le ricariche telefoniche (14%).

Per leggere l'articolo intero:
[Clicca qui](#)

Mobile: luci ed ombre dalla nascita ai giorni nostri

www.mymarketing.net

Il 2005 è l'anno di celebrazione del definitivo successo del "mobile". A metà del decennio e ben prima della crisi finanziaria internazionale il *mobile* segna una pietra miliare nel proprio processo di sviluppo e di diffusione. Nel 2005, infatti, sono 13 su 27 gli Stati membri europei che contano più di 100 telefonini per 100 abitanti, con l'Italia nelle posizioni di leadership. Con un tasso in continua crescita, arrivato ad oggi ad una penetrazione del 150% di sim per abitante in Italia e 22 milioni di telefonini venduti nel 2008, il *device mobile* è lo strumento a più alta penetrazione nelle famiglie superiore non solo ai computer ma anche alle tv. Mobile e Mobile Marketing: questione di punti di vista

Per leggere l'articolo intero:
[Clicca qui](#)

Rapporto Download & Streaming Video. I modelli di business del video online

www.itmedia-consulting.com

Internet giocherà un ruolo di primo piano per il futuro dell'industria dei contenuti. La frammentazione dell'audience e dei servizi ha portato gli operatori tradizionali a modificare la propria struttura dei ricavi e a guardare ad Internet come alla prossima frontiera della distribuzione video.

Per leggere l'articolo intero:
[Clicca qui](#)

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