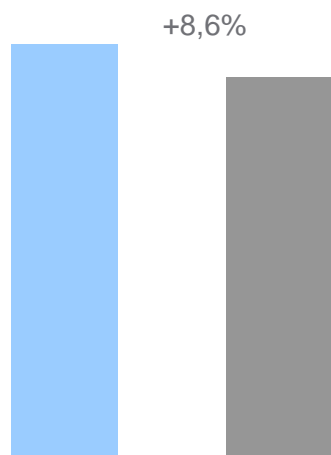


Approfondimento sulla categoria "Arredamento casa"

Investimenti pubblicitari: primi tre trimestri 2008 vs primi tre trimestri 2007

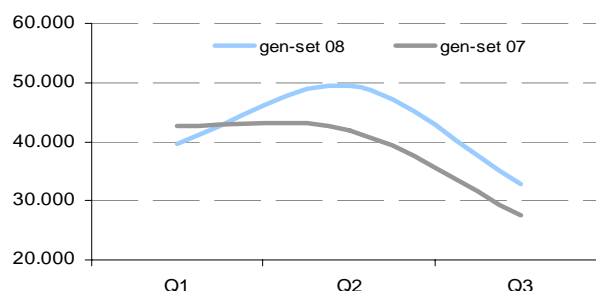
Variazione %: dato progressivo

■ gen-set 08 ■ gen-set 07



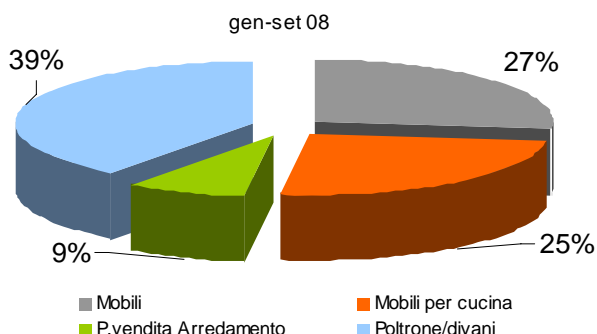
- Gli investimenti nei primi nove mesi dell'anno hanno superato i 120 milioni di Euro con una crescita del +8,6% rispetto allo stesso periodo del 2007.
- Dopo un inizio in sordina gli investimenti sono cresciuti nel secondo e terzo trimestre.

Andamento per trimestre: 2008 vs 2007

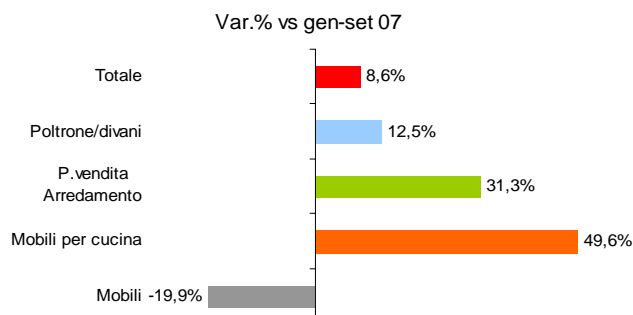


Investimenti per classe di prodotto

Peso delle classi di prodotto



Variazione degli investimenti per classi di prodotto



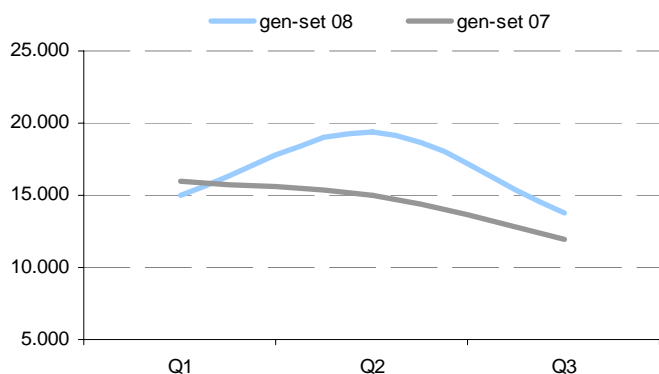
- Tra le quattro classi di prodotto che compongono la categoria, Poltrone/Divani è quella che genera la quota maggiore di investimenti e registra una crescita ottima rispetto allo scorso anno.
- La seconda classe di prodotto, Mobili, vede diminuire del 20% gli investimenti.
- Mobili per cucina, grazie ad un aumento della spesa del 49,6% arriva a generare circa un quarto degli investimenti della Categoria.
- L'andamento degli investimenti è in controtendenza sia rispetto alla situazione complessiva del mercato pubblicitario, sia all'andamento dei consumi e dimostrano un atteggiamento anticiclico del settore per quanto riguarda la comunicazione.

Note Metodologiche:

- La fonte dei dati riportati in questo Report è la banca dati AdEx. Gli investimenti netti sono stimati secondo la metodologia Nielsen. Sono inclusi i mezzi Tv, Radio, Quotidiani, Periodici, Affissione, Cards, Cinema, Internet. Per una questione di omogeneità dei dati non sono inclusi Free press e tv Satellitari che pure sono disponibili in banca dati. Per maggiori dettagli sulla copertura dei singoli mezzi si rimanda al sito www.it.nielsen.com Le Creatività provengono dalla banca dati Creative Dynamix.

Approfondimento sulla classe di prodotto "Poltrone/Divani"

Andamento per trimestre: 2008 vs 2007



- In linea con quanto avvenuto nell'intera categoria gli investimenti in questa classe di prodotto erano in calo nel primo trimestre. Molto positivo invece il secondo trimestre.

Top Spender: variazione e distribuzione degli investimenti pubblicitari

Top spender nei primi 9 mesi e variazione degli investimenti

Ranking 08	Azienda	Var% vs 07
1	POLTRONE E SOFA	15,6%
2	CHATEAU D'AX	15,5%
3	NATUZZI MOBILI	-16,2%
4	GRUPPO GLOBAL	+
5	SALOTTI ITALIA	15,9%
6	DOIMO CITY LINE	2,5%
7	MINOTTI SPA	-12,7%
8	FLEXFORM	148,2%
9	GURIAN	2,0%
10	ROCHE BOBOIS	12,4%

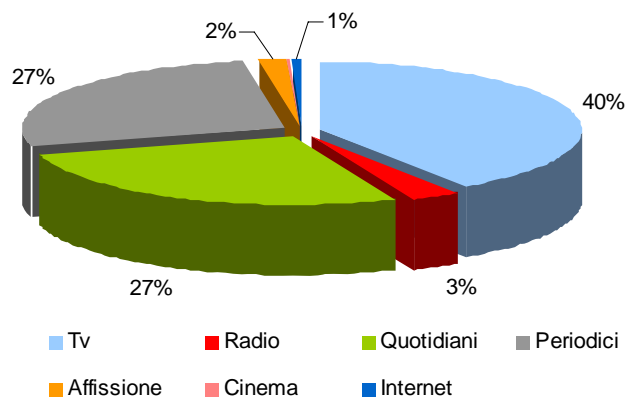
- Poche novità nella top ten. Gli aumenti più rilevanti rispetto allo scorso anno sono quelli di Global (che non aveva investito nel 2007) e Flexform (+148%).
- Tra i primi spender solo Natuzzi riduce il proprio budget mentre i primi 2 hanno aumentato gli investimenti.
- Una delle cause dell'aumento degli investimenti è l'attenzione crescente rivolta alla TV, aumentano sia le aziende che l'investimento medio.

Variazione di aziende inserzioniste e investimento medio rispetto ai primi 9 mesi del 2007

Nr Aziende	20%	0%	12%	-1%	-46%	0%	100%
Inv. Medio	43%	-37%	-21%	-3%	152%	4%	-42%



Distribuzione degli investimenti per mezzo nei primi 9 mesi del 2008



- La crescita della Tv (+72%), sottrae risorse agli altri mezzi che infatti sono tutti in calo ad eccezione di Affissione e Internet, che rimangono comunque marginali.
- Grazie all'atteggiamento mostrato dalle aziende quest'anno la televisione è il primo mezzo per questa classe di prodotto, seguita da Periodici e Stampa quotidiana.

PC Poltrone/Divani: Nuove creatività nella settimana 2-8 Novembre

Advertiser	CHATEAU D"AX LENTATE MI
Brand	CHATEAU D"AXPRO.POLTR/DIVANI
Seen	04/11/2008 - 25/11/2008
Media Type	PERIODICI
Campaign Spend	0
Campaign Incidence	1
Campaign Volume	N/A
Description	MG-SCELTA ITALIANA.FINO AL 30 NOVEMBRE,MICHELLE-332520



Advertiser	EKORNES NORVEGIA
Brand	STRESSLESS POLTR/DIVANI
Seen	04/11/2008 - 04/11/2008
Media Type	PERIODICI
Campaign Spend	0
Campaign Incidence	1
Campaign Volume	N/A
Description	MG-DOPO TANTA FATICA,IL MERITATO COMFORT-331612



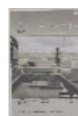
Advertiser	FLEXFORM SPA MEDA MI
Brand	FLEXFORMPOLTRONE DIVANI
Seen	04/11/2008 - 04/11/2008
Media Type	PERIODICI
Campaign Spend	0
Campaign Incidence	1
Campaign Volume	N/A
Description	MG-GROUNDPIECE.LEI DI FRONTE CON MAZZA DA GOLF-333975



Advertiser	NATUZZI MOBILI SPA TARANTO
Brand	DIVANI&DIVANIPRO.POLTR/DIVANI
Seen	04/11/2008 - 25/11/2008
Media Type	PERIODICI
Campaign Spend	0
Campaign Incidence	1
Campaign Volume	N/A
Description	MG-LOTUS,COLLEZIONE NATUZZI 2009.2 FOTO-333974



Advertiser	CHATEAU D"AX LENTATE MI
Brand	CHATEAU D"AXPRO.POLTR/ DIVANI
Seen	07/11/2008 - 24/11/2008
Media Type	QUOTIDIANI
Campaign Spend	0
Campaign Incidence	1
Campaign Volume	N/A
Description	NW-SCELTA ITALIANA-DIVANO MEDITERRANE"-334986



Advertiser	ROCHE BOBOIS
Brand	ROCHE BOBOIS PRO.POLTR/ DIVANI
Seen	06/11/2008 - 23/11/2008
Media Type	QUOTIDIANI
Campaign Spend	0
Campaign Incidence	1
Campaign Volume	N/A
Description	NW-8 GIORNI ECCEZIONALI-DAL 7 AL 17 NOVEMBRE-334431



Advertiser	POLTRONA FRAU TORINO
Brand	POLTRONA FRAU POLTRONE DIVANI
Seen	04/11/2008 - 24/11/2008
Media Type	QUOTIDIANI
Campaign Spend	0
Campaign Incidence	1
Campaign Volume	N/A
Description	NW-ALESSANDRA MATILDE ED EMMA FERRI-333877



Soluzioni Nielsen Media per le aziende



Millennium: è il software che consente di accedere alla banca dati con gli investimenti pubblicitari. La banca dati AdEx di Nielsen è universalmente riconosciuta come punto di riferimento nel settore advertising grazie alla completezza ed al dettaglio dei dati, è possibile infatti analizzare gli investimenti fino al singolo soggetto pubblicitario pianificato. Il software è disponibile in tre versioni che si differenziano per la profondità di accesso ai dati: **Millennium Plus** è il più completo ed include tutti i settori e tutti i mezzi con il massimo dettaglio; **Millennium Premium** consente l'accesso a tutti i settori e tutti i mezzi con dettaglio mensile; **Millennium Focus** consente di accedere solo a porzioni della banca dati (mezzi o settori).



Creative Dynamix: è una banca dati che raccoglie tutte le nuove creatività on air sui principali mezzi; grazie alla estrema facilità di fruizione consente ai manager ed ai responsabili della comunicazione di essere sempre aggiornati sulle creatività pubblicitarie dei competitors. In occasione di ogni nuova campagna nel settore o nella classe di prodotto selezionata, l'utente riceve via email un alert con le nuove creatività. Collegandosi al sito www.creativedynamix.it è possibile scaricare altre creatività e report con le informazioni sulle pianificazioni in diversi formati. I mezzi attualmente coperti sono: TV, Quotidiani, Periodici, Radio, Affissione, Cards. A breve saranno aggiunti Internet e TV satellitari.

	2008	2009	2010	2011	2012
Investimenti in pubblicità	17.154.000	15.500	2.416	2.2	
Consumo pubblicitario	100.723	1.000.740	0.2%	1	
Spesa pubblicitaria	100.723	1.000.740	0.2%	1	

Economic and Media Outlook: è un report semestrale corredato da grafici e commenti utili ad interpretare gli scenari economici e pubblicitari con dettagli per mezzo e settori. Il rapporto descrive i dati macroeconomici e le previsioni dei principali Paesi del mondo, oltre ad una parte più approfondita sull'Italia. Per quanto riguarda gli investimenti pubblicitari sono forniti i dati più recenti e le previsioni di breve e medio periodo su mezzi e settori con commenti di approfondimento.



Focus e approfondimenti periodici: sulla base dei dati raccolti sul mercato pubblicitario, Nielsen produce una serie di report periodici di approfondimento sui singoli settori o classi di prodotto. I report hanno cadenza flessibile (di solito trimestrale) e vengono spediti al cliente in formato digitale (pdf o html).

Nielsen Monthly Report

Nielsen Media Research

Nielsen Monthly Report: report mensile inviato via email in occasione dell'uscita dei dati netti sugli investimenti pubblicitari. Il documento contiene gli ultimi dati macroeconomici, i dati sui consumi, l'andamento del mercato pubblicitario per mezzo e settore, i dati di audience dei media principali e approfondimenti sulle ultime novità nel mondo dei media e del marketing. Per richiedere la registrazione gratuita al servizio contattare: marketing.italy@nielsen.com



Nielsen global AdView: spesso l'esigenza di conoscere gli investimenti pubblicitari dei propri concorrenti si spinge al di fuori dei confini nazionali. I servizi di Nielsen Global AdView permetteranno di sapere come, dove e quanto spendono negli altri stati europei ed extraeuropei tutte le aziende qualunque sia il settore d'appartenenza.