

Variazione degli investimenti per mezzo: I° sem. 08 vs I° sem. 07

	Tv	Radio	Quotidiani	Periodici	Affissione	Internet
CATENE NAZIONALI CASH&CARRY	-	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-	-100,0%
CATENE NAZIONALI DISCOUNT	5,6%	-	0,4%	-97,8%	-40,6%	-43,2%
DISTR.ORGANIZZ.ALIMENTARE	7,6%	146,3%	12,9%	-3,3%	17,4%	+
GRANDE DISTR.ALIMENTARE	15,9%	107,4%	-1,6%	-7,9%	105,2%	9,6%
Totale categoria	8,7%	116,8%	-2,6%	-32,5%	83,7%	-2,3%

- Tv e quotidiani sono i mezzi principali: insieme hanno raccolto oltre l'80% degli investimenti nel primo semestre 2008.
- Rispetto al 2007 entrambi vedono calare la loro quota rispetto al totale investito dalla categoria a favore della radio.

Top Spender: distribuzione degli investimenti per mezzo nel primo semestre 2008

	Tv	Radio	Quotidiani	Periodici	Affissione	Internet	Ranking I° sem 07
CONAD	57,4%	11,0%	25,4%	1,8%	4,0%	0,4%	1
LIDL	75,1%	7,1%	14,6%	2,1%	1,2%	0,0%	2
COOP	99,8%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,2%	3
SSC SOC.SVIL.COMM.	62,1%	8,5%	24,6%	0,2%	4,6%	0,0%	4
EUROSPIN IT	25,2%	29,6%	18,0%	8,2%	18,0%	1,1%	6
ESSELUNGA	0,0%	0,0%	94,9%	0,0%	0,0%	5,1%	5
LA RINASCENTE	0,0%	0,0%	99,5%	0,5%	0,0%	0,0%	7
CRAI MILANO	0,0%	45,8%	52,2%	0,0%	1,7%	0,3%	21
PENNY MARKET	0,0%	0,0%	88,1%	0,3%	11,7%	0,0%	9
SINTESI	0,0%	0,0%	98,3%	0,0%	1,7%	0,0%	13

- Poche novità nel ranking dei top spender rispetto al primo semestre 2007: Crai e Sintesi sono le uniche new entry.
- I primi quattro attori fanno un uso massiccio della tv; i mezzi secondari sono Radio e quotidiani mentre gli altri media vengono utilizzati in maniera sporadica; unica eccezione Eurospin che ha utilizzato quasi un quinto del budget su affissione.










Nuove creatività on air nella settimana 21-27 settembre 2008 - PC "GD Alimentare"

Advertiser	COOP ITALIA BOLOGNA
Brand	COOPPRO.LIN.ALIM.
Seen	23/09/2008 - 27/09/2008
Media Type	RADIO
Campaign Spend	0
Campaign Incidence	1
Campaign Volume	N/A
Description	RD-LE NOSTRE MUCCHE-LATTE FRESCO-FINO 27/09-56314



Advertiser	SSC SOC.SVIL.COMM.SRL MILANO
Brand	GS ANNIVERSARIO GD ALIM.
Seen	23/09/2008 - 26/09/2008
Media Type	RADIO
Campaign Spend	0
Campaign Incidence	1
Campaign Volume	N/A
Description	RD-GUARDA-DASH FINO 27/9-56324



Advertiser	SSC SOC.SVIL.COMM.SRL MILANO	
Brand	GS ANNIVERSARIO GD ALIM.	
Seen	23/09/2008 - 26/09/2008	
Media Type	RADIO	
Campaign Spend	0	
Campaign Incidence	1	
Campaign Volume	N/A	
Description	RD-GRANDE-LATTE STERILGARDA-FINO 27/9-56326	
Advertiser	COOP ITALIA BOLOGNA	
Brand	COOPLIN.ALIM.	
Seen	27/09/2008 - 28/09/2008	
Media Type	STAMPA	
Campaign Spend	0	
Campaign Incidence	1	
Campaign Volume	N/A	
Description	NW-LE MATERIE PRIME COSTANO MENO-321359	
Advertiser	COOP ITALIA BOLOGNA	
Brand	IPERCOOPPRO.GD IPER	
Seen	27/09/2008 - 27/09/2008	
Media Type	STAMPA	
Campaign Spend	0	
Campaign Incidence	1	
Campaign Volume	N/A	
Description	NW-SOTTOCOSTO-ACER NOTEBOOK-321875	
Advertiser	SSC SOC.SVIL.COMM.SRL MILANO	
Brand	GS ANNIVERSARIO GD ALIM.	
Seen	25/09/2008 - 25/09/2008	
Media Type	STAMPA	
Campaign Spend	0	
Campaign Incidence	1	
Campaign Volume	N/A	
Description	NW-SOTTO COSTO-STERILGARDA-320630	
Advertiser	COOP ITALIA BOLOGNA	
Brand	IPERCOOPPRO.GD IPER	
Seen	27/09/2008 - 27/09/2008	
Media Type	STAMPA	
Campaign Spend	0	
Campaign Incidence	1	
Campaign Volume	N/A	
Description	NW-TI COSTA MENO CHE A NOI-SAMSUNG TV-321954	
Advertiser	COOP ITALIA BOLOGNA	
Brand	COOPPRO.LIN.ALIM.	
Seen	21/09/2008 - 28/09/2008	
Media Type	TELEVISIONI	
Campaign Spend	1378423	
Campaign Incidence	276	
Campaign Volume	N/A	
Description	TV-LATTE FRESCO 0,86 27/9 (15)-1	