

Stima del mercato pubblicitario (Dati netti)	nielsen		
	2011 Gen./Set.	2012 Gen./Set.	Var. %
(Migliaia di Euro)			
<b>TOTALE PUBBLICITA'</b>	<b>6,145,327</b>	<b>5,425,206</b>	<b>-11.7</b>
<b>QUOTIDIANI</b> <sup>1</sup>	<b>970,901</b>	<b>821,865</b>	<b>-15.4</b>
<b>PERIODICI</b> <sup>1</sup>	<b>609,710</b>	<b>509,687</b>	<b>-16.4</b>
<b>TV</b> <sup>2</sup>	<b>3,254,647</b>	<b>2,851,095</b>	<b>-12.4</b>
<b>RADIO</b> <sup>3</sup>	<b>315,824</b>	<b>290,371</b>	<b>-8.1</b>
<b>INTERNET</b> (Fonte: FCP-Assointernet)	<b>442,031</b>	<b>485,307</b>	<b>9.8</b>
<b>OUTDOOR</b> (Fonte: AudiOutdoor)	<b>83,269</b>	<b>72,978</b>	<b>-12.4</b>
<b>TRANSIT</b>	<b>70,758</b>	<b>63,104</b>	<b>-10.8</b>
<b>OUT OF HOME TV</b>	<b>7,307</b>	<b>6,758</b>	<b>-7.5</b>
<b>CINEMA</b> <sup>4</sup>	<b>25,767</b>	<b>20,170</b>	<b>-21.7</b>
<b>DIRECT MAIL</b>	<b>365,112</b>	<b>303,872</b>	<b>-16.8</b>

L'universo di riferimento è quello dei mezzi rilevati da Nielsen ad eccezione dei Quotidiani dove vengono utilizzati i dati FCP-ASSOQUOTIDIANI solo per le tipologie: Locale, Rubricata e Di Servizio e delle Radio dove vengono utilizzati i dati FCP-ASSORADIO solo per la tipologia Extra Tabellare.

Le elaborazioni sono effettuate con il contributo di FCP - ASSOQUOTIDIANI e FCP - ASSOPERIODICI.

<sup>1</sup> Per i dati di Stampa Commerciale Locale, Rubricata e Di Servizio la fonte è FCP-ASSOQUOTIDIANI

<sup>2</sup> Il dato comprende le emittenti Generaliste, Digitali e Satellitari

<sup>3</sup> Le elaborazioni sono effettuate con il contributo di FCP -ASSORADIO

<sup>4</sup> CINEMA: Universo di riferimento non omogeneo

**2012 The Nielsen Company All rights reserved.**