

Mercato pubblicitario italiano - confronto anno 2001/anno 2002 (secondo Nielsen Media Research)

Il mercato pubblicitario

AdEx - Stima degli investimenti netti

Migliaia di Euro

	2001	2002	
	Gen./Dic.	Gen./Dic.	Var.%
TOTALE PUBBLICITA'(1)	7.672.214	7.406.773	-3,5
TOTALE TV	3.932.050	3.951.510	0,5
TOTALE STAMPA	3.148.708	2.917.820	-7,3
QUOTIDIANI	1.894.546	1.764.497	- 6,9
Comm.Nazionale	1.096.751	972.328	-11,3
Comm.Locale(Fonte Fcp - Fieg)	440.875	450.173	2,1
Rubricata + Di Servizio (Fonte Fcp - Fieg)	356.920	341.996	-4,2
PERIODICI	1.254.162	1.153.323	-8,0
RADIO	312.385	283.934	-9,1
AFFISSIONI	205.619	181.379	-11,8
CINEMA	73.453	72.130	-1,8

(1) L'universo di riferimento è quello dei mezzi rilevati da Nielsen Media Research ad eccezione della Stampa quotidiana dove, per completezza, vengono utilizzati i dati FCP-Fieg per le tipologie: Locale, Rubricata e di Servizio

* Elaborazioni effettuate con il contributo delle concessionarie