

Poste Italiane e The Nielsen Company

Media, Italy

I primi dati sulla rilevazione della spesa pubblicitaria in Direct Mailing

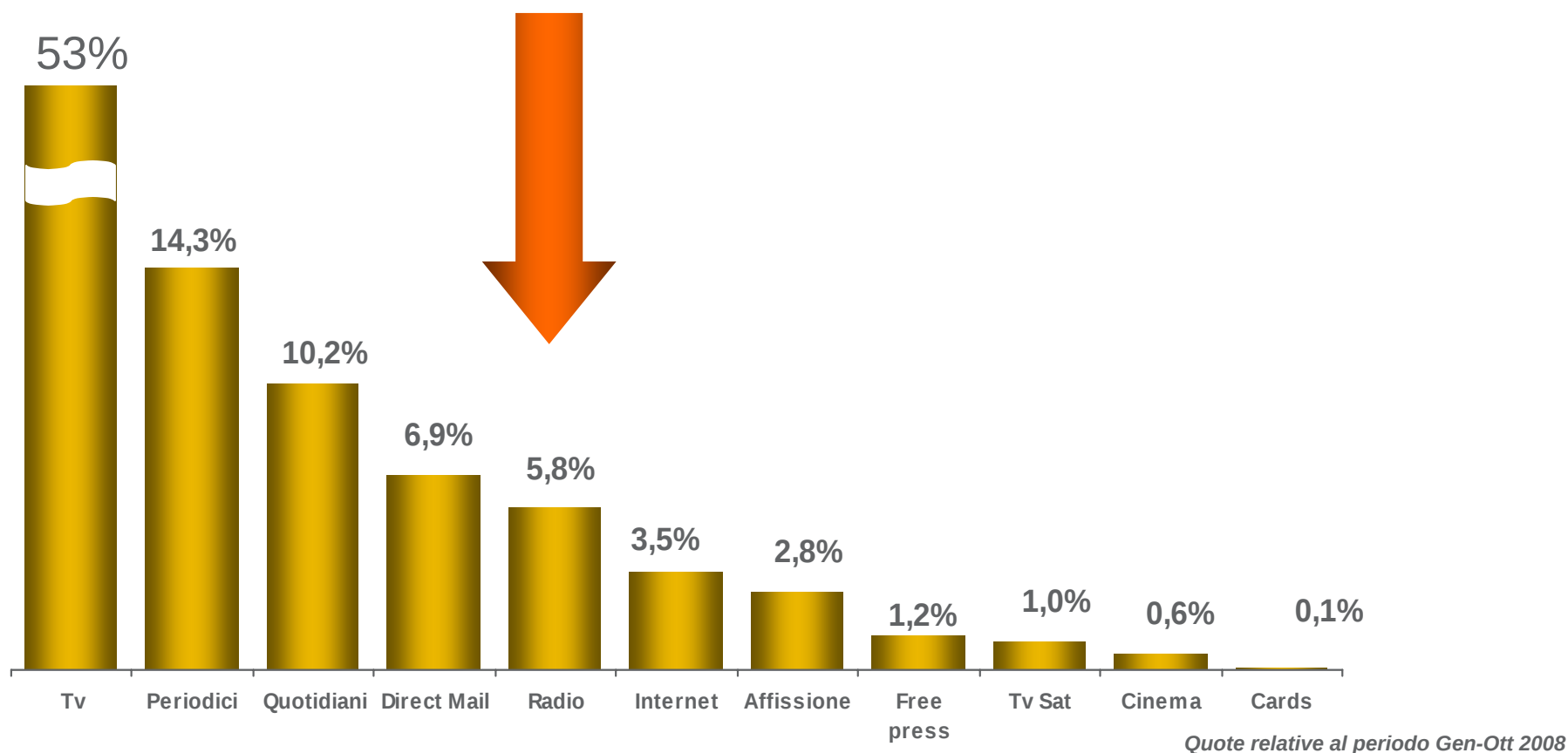
Milano, 16 Dicembre 2008



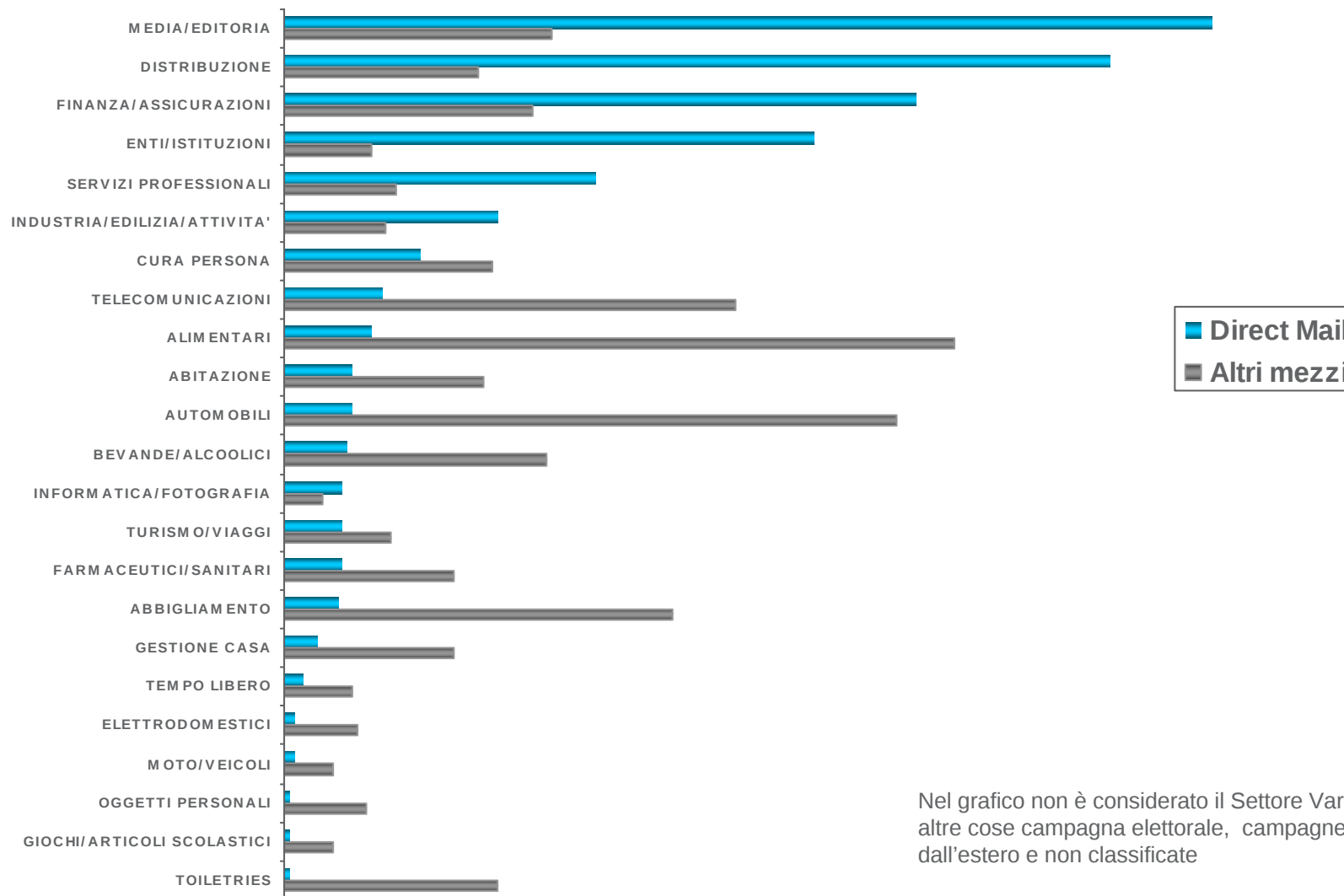
La crescita del DM nei principali Paesi Europei

<i>DM in Europa</i>	Crescita fino al 2006
<i>UK</i>	da 1,6 miliardi £ del 2000 a 2,1 miliardi £ nel 2006 (+30% in 6 anni)
<i>Germania</i>	da 2,6 miliardi € del 2004 a 3,2 miliardi € del 2006 (+22% in 3 anni)

Il Direct Mail rappresenta il quarto mezzo nel mercato pubblicitario italiano



Il diverso ruolo dei settori



Nel grafico non è considerato il Settore Varie che include fra le altre cose campagna elettorale, campagne provenienti dall'estero e non classificate

Quote relative al periodo Gen-Ott 2008

Un primo confronto con gli altri Paesi

I top five settori a confronto in Italia Uk e Germania

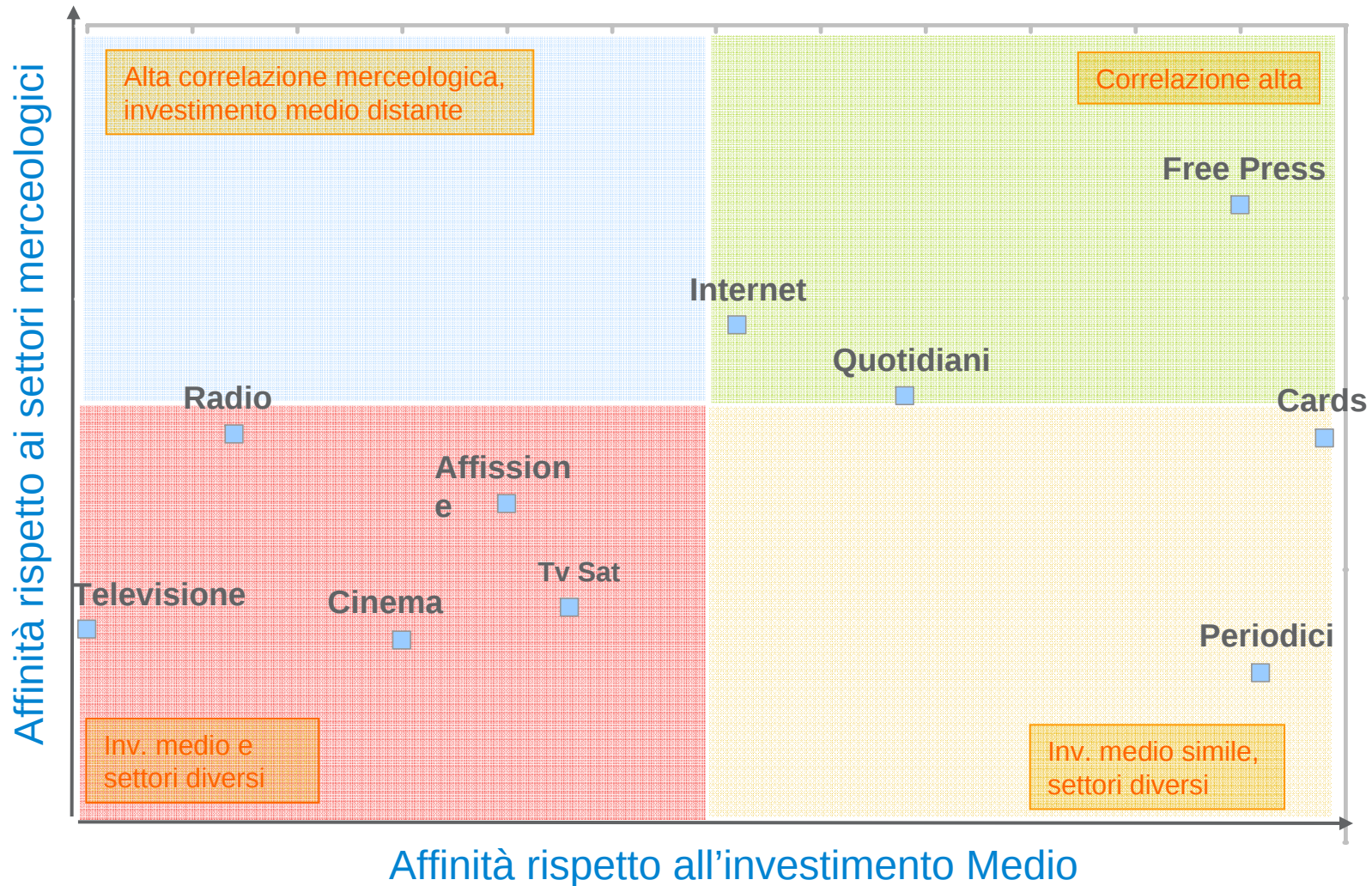
 Italia	
1	Media/editoria
2	Distribuzione
3	Finanza/ass.
4	Enti/istituz
5	Servizi prof.

 UK	
1	Finance
2	Mail Order
3	Govt, Social, Politics Org.
4	Entert.&Media
5	Travel&Transport

 Germania	
1	Trade and shipment
2	Home and garden accourtm.
3	Individual Demand
4	Building Industry
5	Leisure and sport

- In Germania e in UK la concentrazione del mercato è maggiore.
I primi 5 settori generano quasi l'80% degli investimenti (in Italia il 72%).
- In Germania e in UK il settore Turismo/Viaggi si colloca tra i primi con un peso rispettivamente del 3,9% e del 5,4%. In Italia il settore ha ampi margini di crescita (nei primi 10 mesi del 2008 pesa solo l'1,2%).

Quale il potenziale di business “più vicino”?



Alcune considerazioni

- Il DM è un mezzo importante, il 4° per volume di investimenti e il 1° per numero di inserzionisti.
- Una concentrazione superiore agli altri mezzi suggerisce un allargamento del parco clienti.
- Il DM presenta interessanti margini di crescita (in altri Paesi il Turismo è molto presente su questo mezzo)
- L'integrazione nel monitoraggio Nielsen permetterà agli operatori Media una maggiore visibilità delle iniziative di DM

Grazie!

