

Analisi dei dati Nielsen Media Research 2009. Tengono i casalinghi e gli arredi per l'infanzia

Arredamento, pubblicità in calo

Investimenti a 306 mln (-12%). In tv il 45% dei budget

DI VALENTINA GIANNELLA

Con il Salone del Mobile di Milano, in programma dal 14 al 19 aprile tra i padiglioni di Rho Fiera e le showroom dei marchi del design sparse sul territorio cittadino, torna l'attenzione sugli investimenti in pubblicità dei protagonisti del settore. E se le settimane che gravitano intorno all'evento milanese sono le più gettonate per gli investitori, i dati dei mesi precedenti sembrano però allinearsi al generale calo di investimenti pubblicitari: -12% nel 2009 a 306 milioni di euro.

Secondo un'analisi dei dati Nielsen Media Research, a crollare lo scorso anno sono stati gli articoli sanitari, l'arredobagno (-36%), i tessili per la casa (-34%) ma soprattutto l'arredamento d'esterni: -61%. Hanno tenuto invece bene, anche se si tratta di prodotti correlati all'arredamento, i casalin-

Così la pianificazione per segmento

	2008	2009	var%
ARREDAMENTO CASA	196.081	185.184	-5,6
TESSILI PER LA CASA	52.581	34.926	-33,6
CASALINGHI	22.081	30.115	36,4
ELEMENTI ARREDAMENTO	42.867	29.267	-31,7
ARREDAMENTO/ARTICOLI INFANZIA	7.109	9.461	33,1
ARTICOLI SANITARI/BAGNO	12.450	7.922	-36,4
CAMP/IST.ABITAZIONE	4.932	5.711	15,8
ARREDAMENTO ESTERNI	10.454	4.057	-61,2
Totale	348.556	306.643	-12,0

Dati in migliaia di euro
Fonte: Nielsen Media Research



gettonati c'è la tv, soprattutto per i marchi top spender (come Chateau d'Ax, nella foto, primo per investimenti, che arreda la casa del Grande Fratello, vedere ItaliaOggi del 4 febbraio scorso). Al piccolo schermo è destinato il 45% degli investimenti. Subito dopo tocca al mezzo più sofferente: per gli investimenti in generale, i magazine, a cui l'arredo dedica invece la seconda quota di investimenti: il 26%. Ultimo arrivato nel media mix dell'abitare: la free press (1%).

© Riproduzione riservata

ghi (+36%, oltre i 30 milioni di euro) e gli elementi d'arredo per l'infanzia (+33%).

A vincere la gara dei mezzi più

La tv regina del media mix

% MEDIA MIX	2008	2009
TV	38,8	44,8
TV SATELLITARI	0,6	1,3
RADIO	2,2	3,4
NEWSPAPERS	15	16,4
FREE/PAY PRESS	1,5	1
MAGAZINES	33,7	25,8
OUTDOOR	5,7	3
CARDS	-	-
OUT OF HOME TV	-	-
TRANSIT	-	1,7
CINEMA	0,4	0,1
INTERNET	2,2	2,3

I marchi top spender

	2009
CHATEAU D'AX	1
GRUPPO GLOBAL	2
IKEA ITALIA REATAIL	3
POLTRONE E SOFÀ	4
EMINFLEX CANALETTI	5
NATUZZI	6
SCAVOLINI	7
AIAZZONE	8
FOPPA PEDRETTI	9
EMMELUNGA	10

