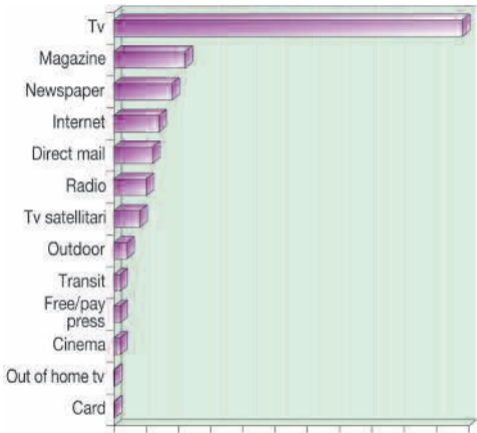




IL PESO DEI DIVERSI MEZZI PUBBLICITARI: gennaio-giugno 2009 (in %)



Fonte: Nielsen Media Research

Largo Consumo