



## GLI INVESTIMENTI PUBBLICITARI NETTI NEL SETTORE ALIMENTARE: 2003-2006 (abbattimenti NMR weighting factors Comm.Naz +Tp)

		2003	2004	2005	2006	var. % a.p.
incidenza % alimentare						
<b>totale</b>						
<b>media mix alimentari</b>				<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>var. %</b>
<b>incidenza %</b>		<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>di prodotto</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
					<b>var. %</b>	<b>2006</b>
					<b>a.p.</b>	<b>peso %</b>
tv						
radio						
newspapers						
magazines						
outdoor						
cinema						
altro						
<b>le aziende</b>	<b>ranking</b>	<b>ranking</b>	<b>var.</b>			
<b>top spender</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>posiz.</b>			
Ferrero P & C				biscotti		
Barilla Alimentare				cioccolatini/		
Unilever Italia				misti		
Perfetti Van Melle				gelati		
Gervais Danone It.				impulso		
Nestlé it.				bevande base		
Kraft Foods Italia				latte fermentato		
Kellogg It.				formaggi		
Cameo				altri		
Cons. Emilia				cereali prima		
Romagna Granarolo				colazione		
				altro		

Fonte: Nielsen Media Research AdEx

**Largo Consumo**