

Nielsen BookScan in Italia:

ROBERTO DE LUCCA

Business Development Manager

The Nielsen Company

Media, Italy

Agenda

- Il contributo di Nielsen BookScan
- Il mercato del libro trade 2008 vs. 2007
- Il mercato del libro trade P3 cum 2009 vs. P3 cum 2008
- Il mercato del libro trade per bambini e ragazzi P3 cum 2009 vs. P3 cum 2008



Il contributo di Nielsen BookScan



Le caratteristiche del servizio

- Dimensionamento del mercato dei libri, a valore e volume
- Copertura elevata e rappresentazione di tutti i fondamentali canali distributivi
- Un campione di oltre 800 pdv tra Librerie e Catene e quasi 5.000 pdv della GDO
- Tutti i titoli e nuova classificazione
- Strumenti evoluti per le analisi delle informazioni
- Possibilità di confronto con dati internazionali

Le finalità del servizio Nielsen BookScan

Obiettivo primario del progetto è realizzare un impianto di ricerca di elevato standard qualitativo, facilmente fruibile e finalizzato a rendere più efficiente l'attività degli operatori.

La struttura distributiva rappresentata

CANALI RAPPRESENTATI:

- Librerie tradizionali
- Catene di librerie
- Grande Distribuzione
- Internet

CANALI NON RAPPRESENTATI:

- Edicole (ca 33.000)
- Librerie Specializzate (scolastica, libri antichi etc.)
- Vendite rateali
- Vendite per corrispondenza
- Punti vendita stagionali
- Distribuzione in abbinamento a quotidiani e periodici
- Altri pdv marginali

Il Campione BookScan

- Librerie (Tradizionali e Catene): **815** Punti di Vendita
- Grande Distribuzione Organizzata: **4.902** PdV
- Internet: **3** catene (dati censuari)

I dati sono inviati in formato elettronico da tutti i punti vendita del campione!

...in particolare...

Le Catene:



LaGiannella



Le società di Vendita On Line:

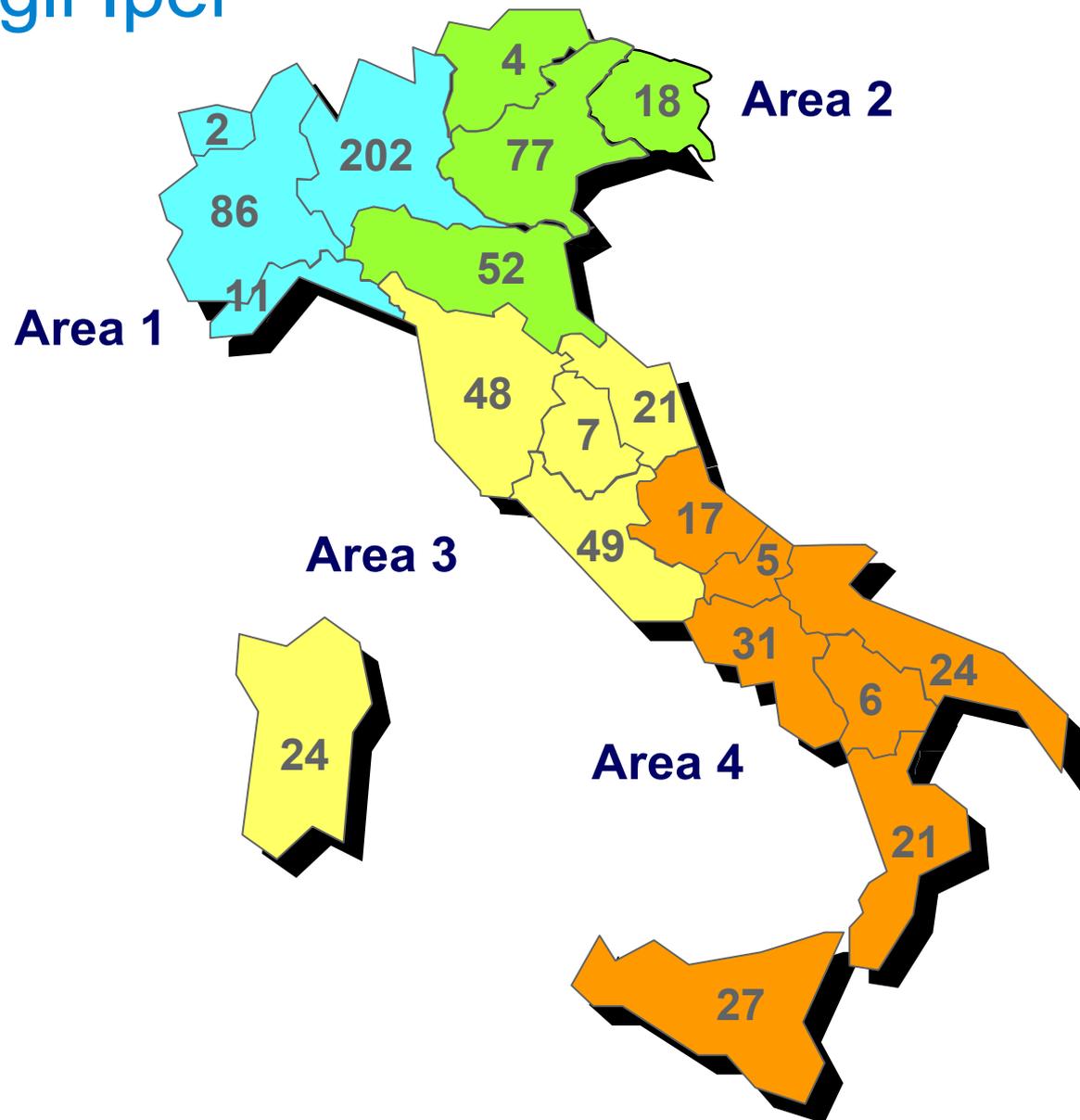


L'articolato sistema distributivo "tradizionale"

	(A)	(B)	(C)
Tipologie di Punti di Vendita	UNIVERSO (SEAT)	PV VENDENTI LIBRI %	POPOLAZIONE E VENDENTI LIBRI
LIBRERIE	4.831	79,9	3.859
CARTOLERIE	8.972	43,0	3.862
CANCELLERIA E CARTOLERIA - ARTICOLI	1.634	26,9	440
AGENZIE DI DEPOSITO LIBRI	374	19,7	74
FORNITURE PER UFFICI	1.889	16,4	310
EDICOLE	7.018	28,7	2.011
GIORNALI, LIBRI E RIVISTE	646	6,5	(***)
			(***)
MAPPE (GEOGR. TOPOGR. E NAUTICHE)	170	-	(***)
<i>Censimento effettuato da Studio CE & Co</i> GIORNALI, RIVISTE, PUBBLICAZIONI	2.044	3,3	

La geografia degli Iper

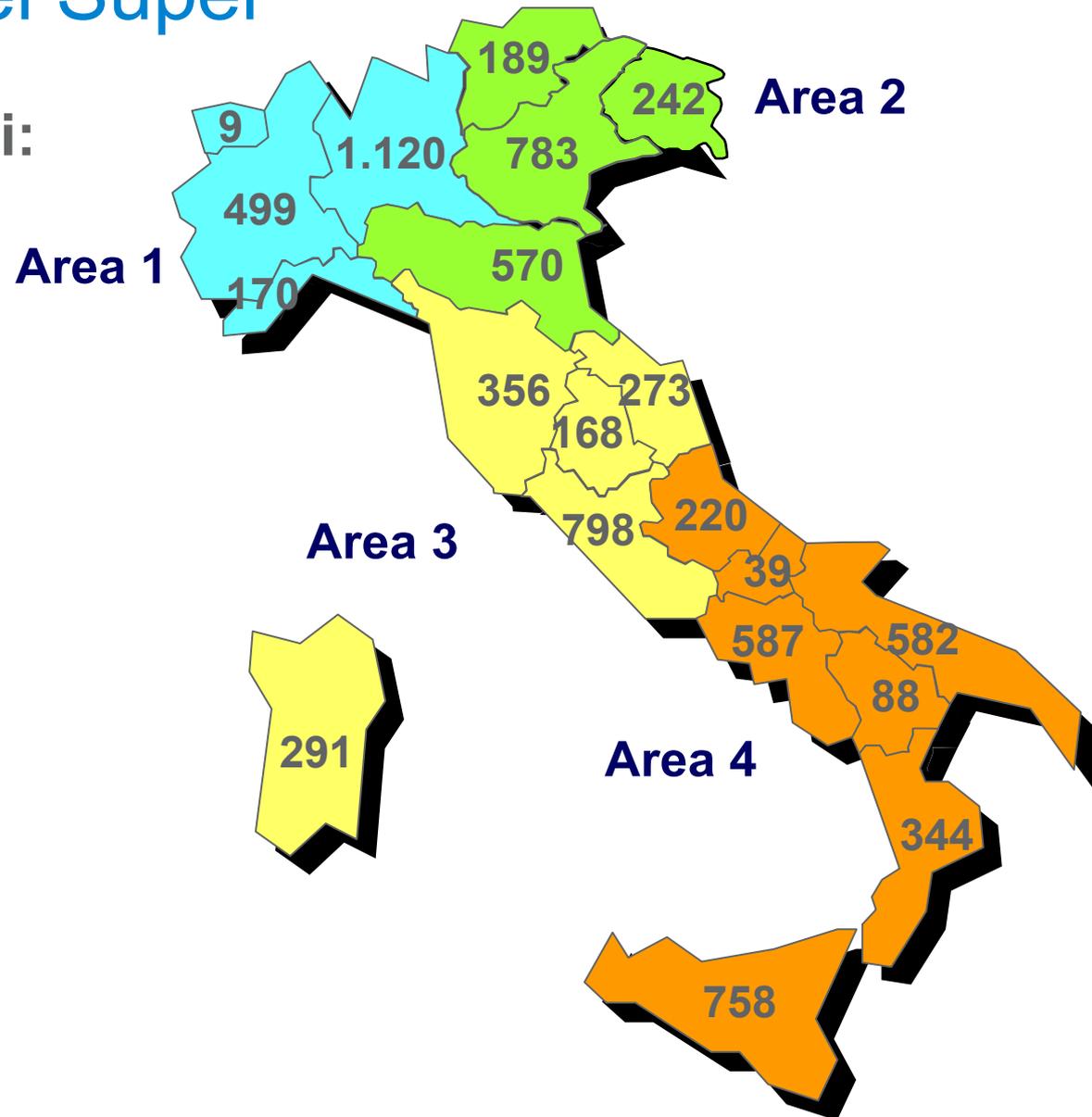
Totale Ipermercati:
732 PdV



ACNielsen GNLC ed. Gennaio 2008

La geografia dei Super

Totale Supermercati:
8.086 PdV



ACNielsen GNLC ed. Gennaio 2008

...più in dettaglio

DETTAGLIO INFORMATIVO

- Autore
- Titolo *
- Data
- Genere (anche su più livelli)
- Formato
- Editore
- Collana
- Prezzo di copertina

INDICATORI

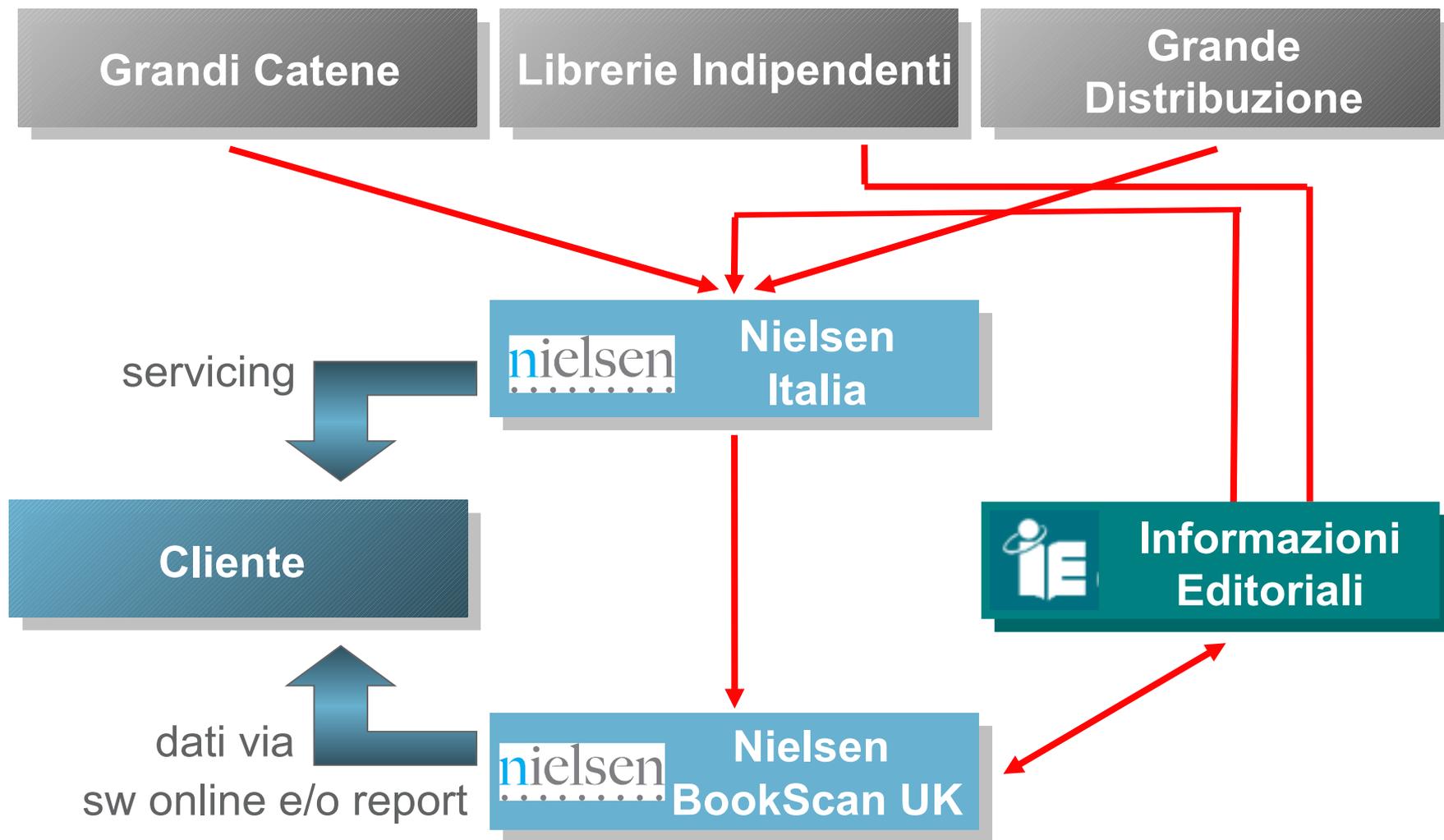
- Copie vendute per titolo
- Valore complessivo in Euro
- Classifiche
- Settimana di entrata
- Settimane di permanenza

TEMPISTICA

- Classifica flash (il week end su un leader panel di catene)
- Settimanale
- Mensile

*Tutti i titoli verranno conteggiati, senza alcuna esclusione.

L'architettura dell'impianto di ricerca

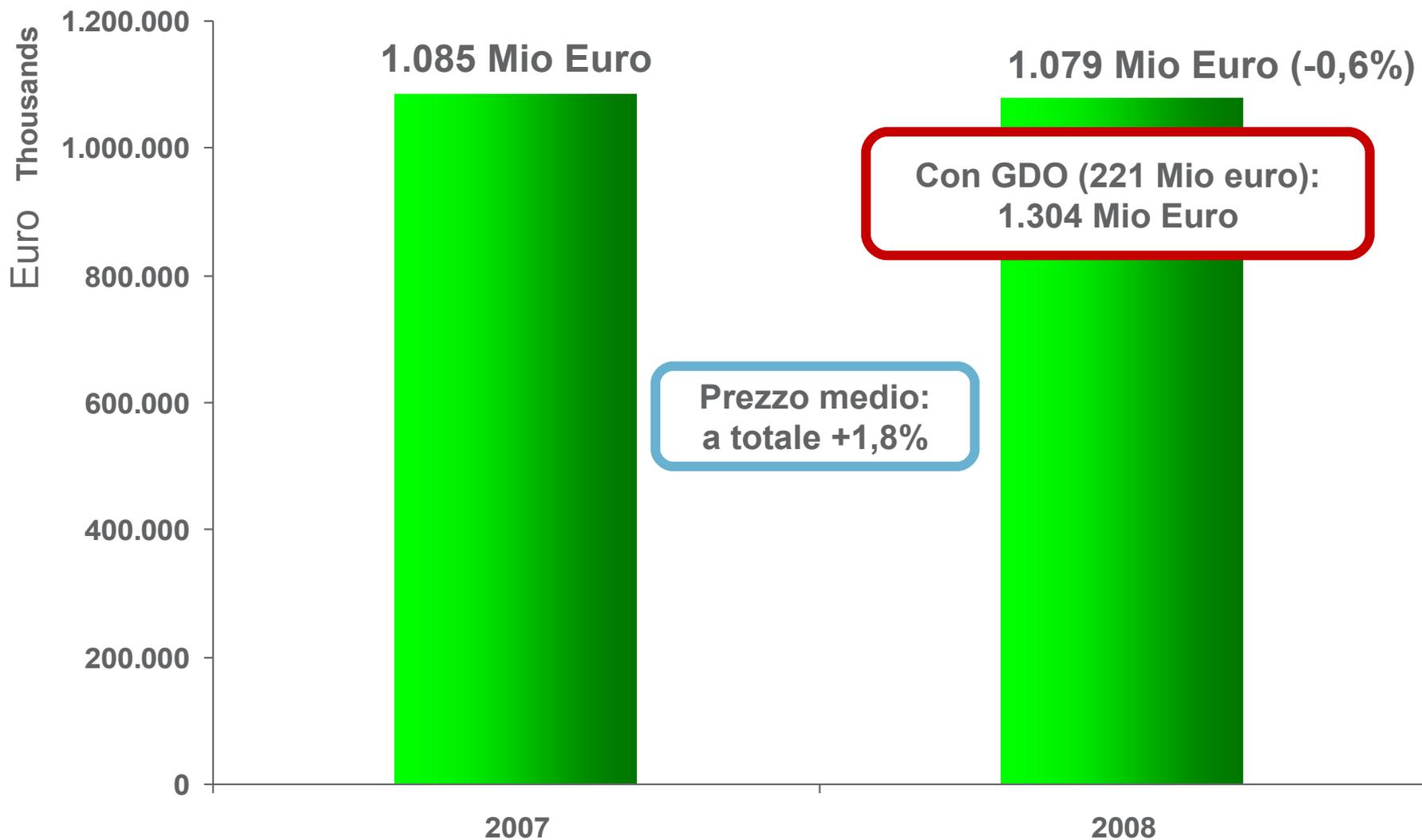


Il mercato del libro 2008 vs 2007



Leggero calo del mercato nel 2008

Totale mercato a valore* (a prezzi di copertina)

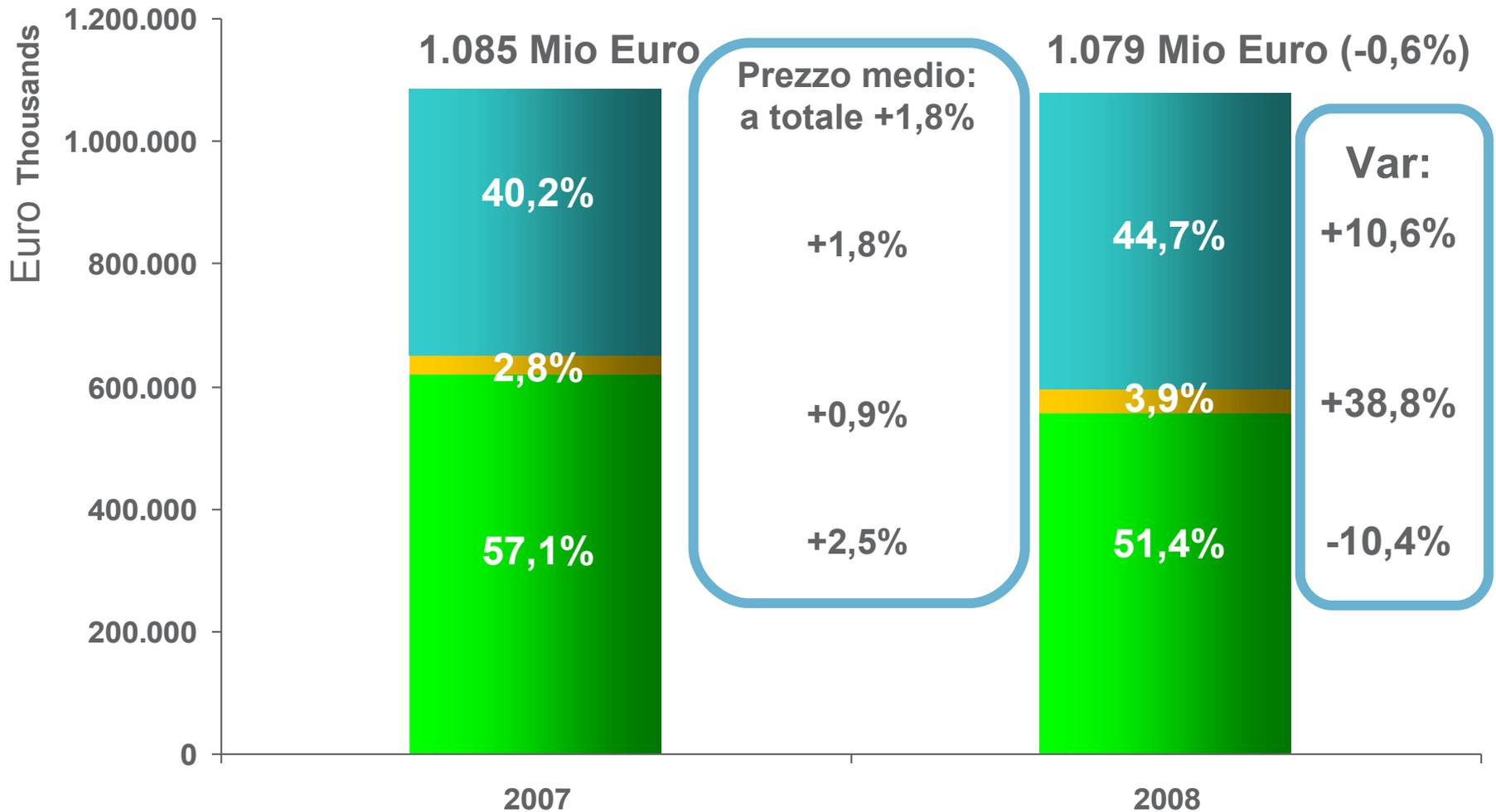


*Esclusa GDO

Catene e Internet in crescita nel 2008

Totale mercato a valore per canale* (a prezzi di copertina)

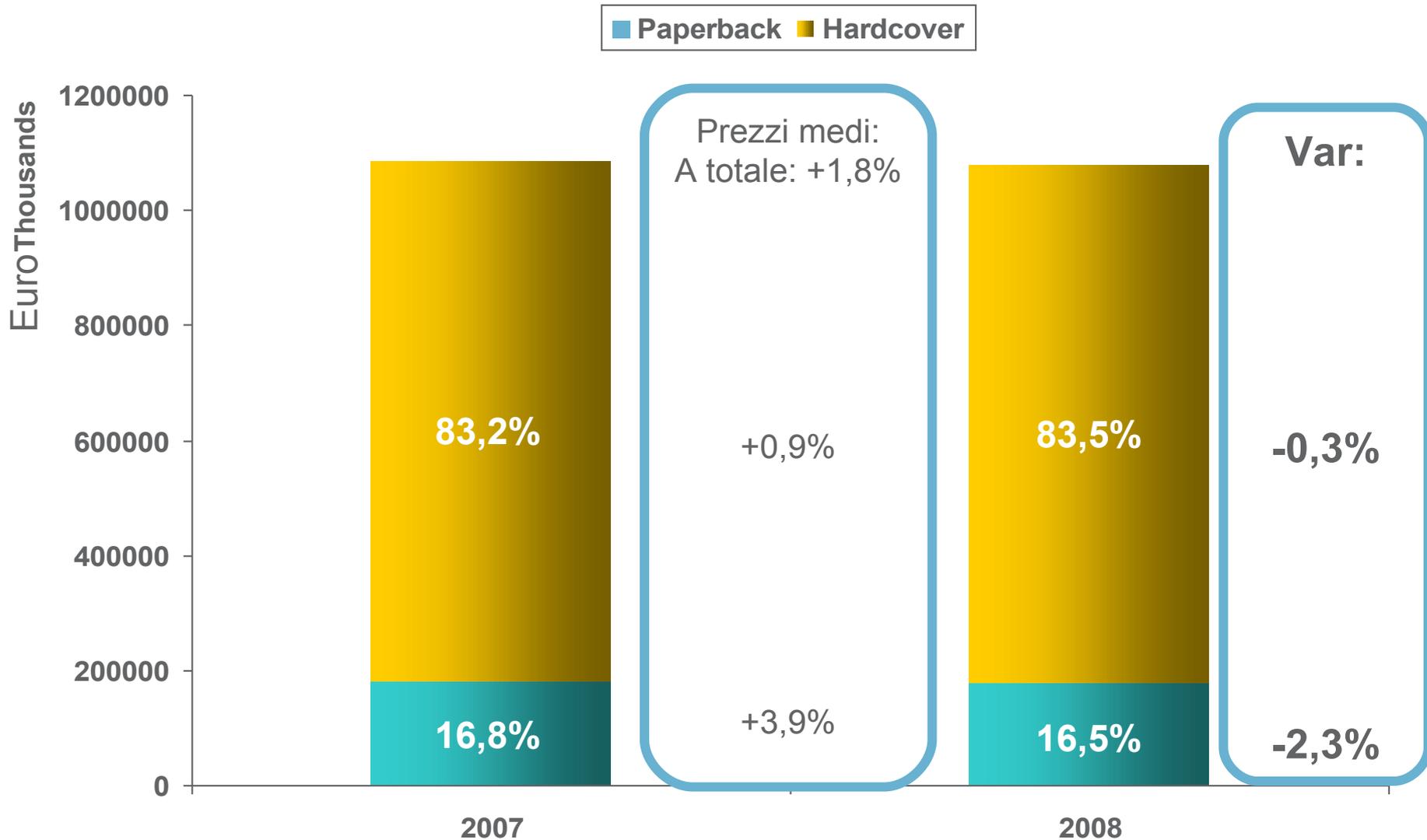
■ Totale Librerie ■ Totale Internet ■ Totale Catene



*Esclusa GDO

Calo significativo del Paperback

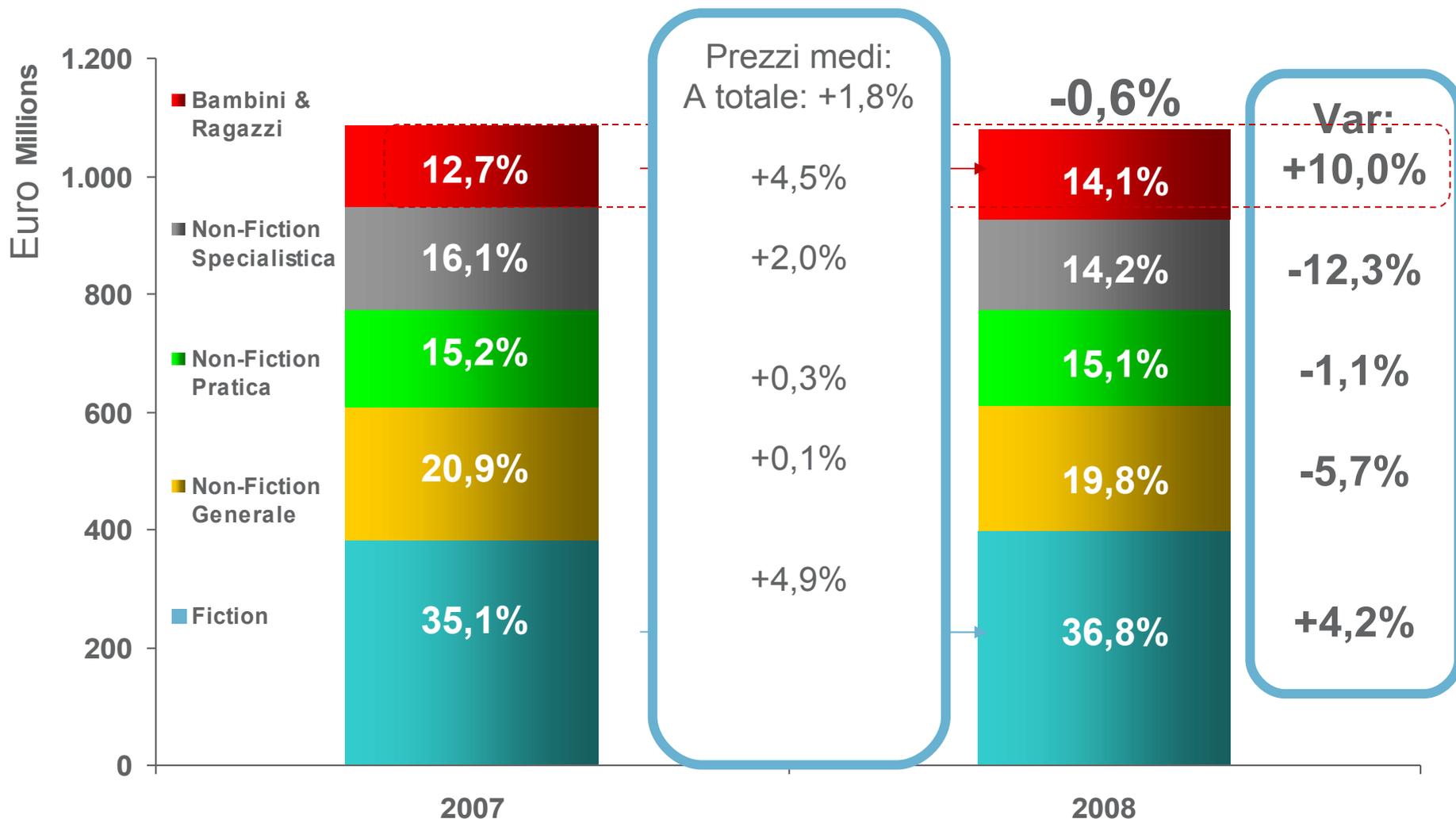
Totale mercato a valore per formato*(a prezzi di copertina)



*Esclusa GDO

I libri per ragazzi crescono

Totale mercato per macro-genere* (a prezzi di copertina)



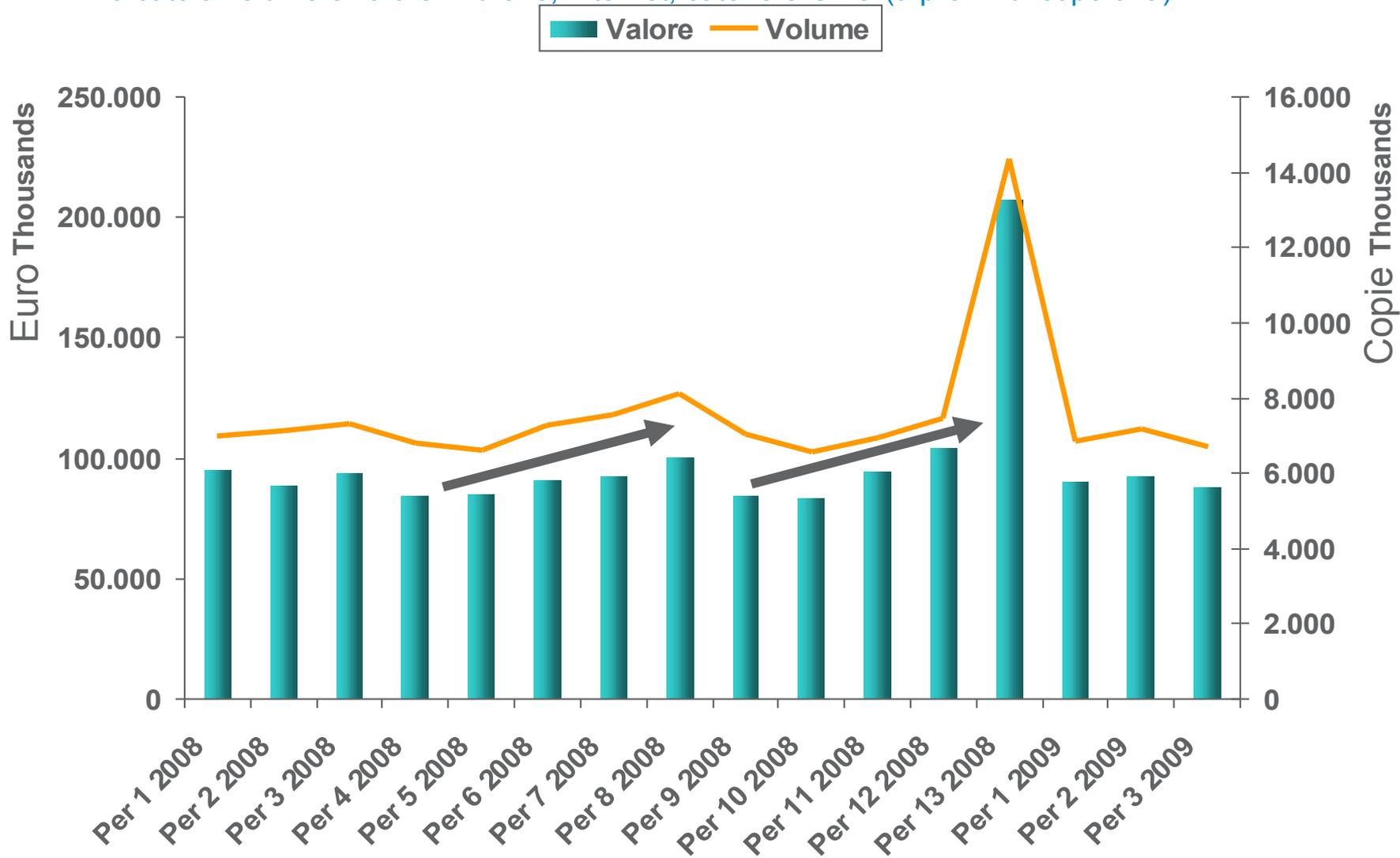
*Esclusa GDO

Il mercato del libro P3 2009 vs P3 2008 cumulati



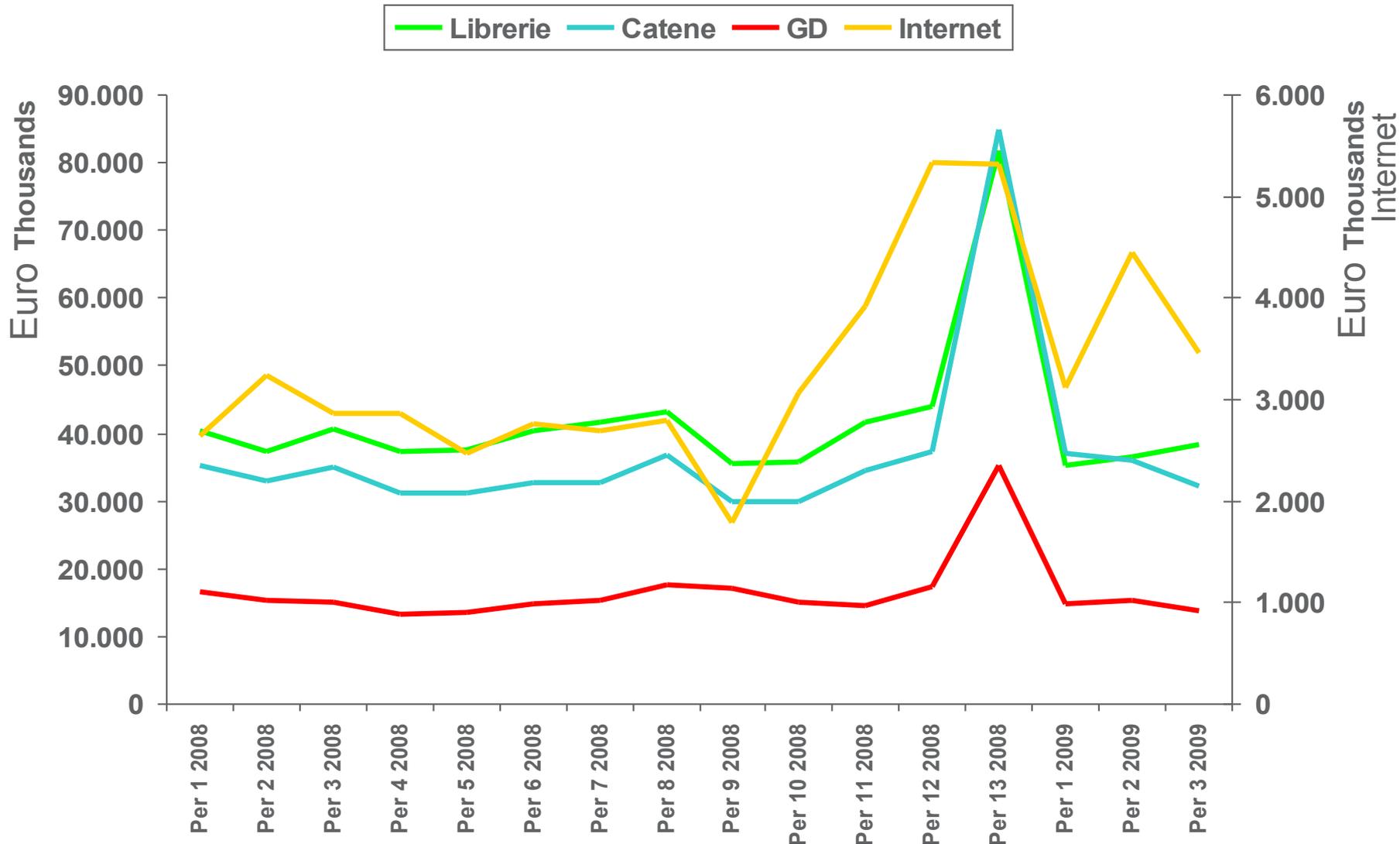
Due periodi di stagionalità

Mercato a volume e valore: Librerie, Internet, catene e GDO (a prezzi di copertina)



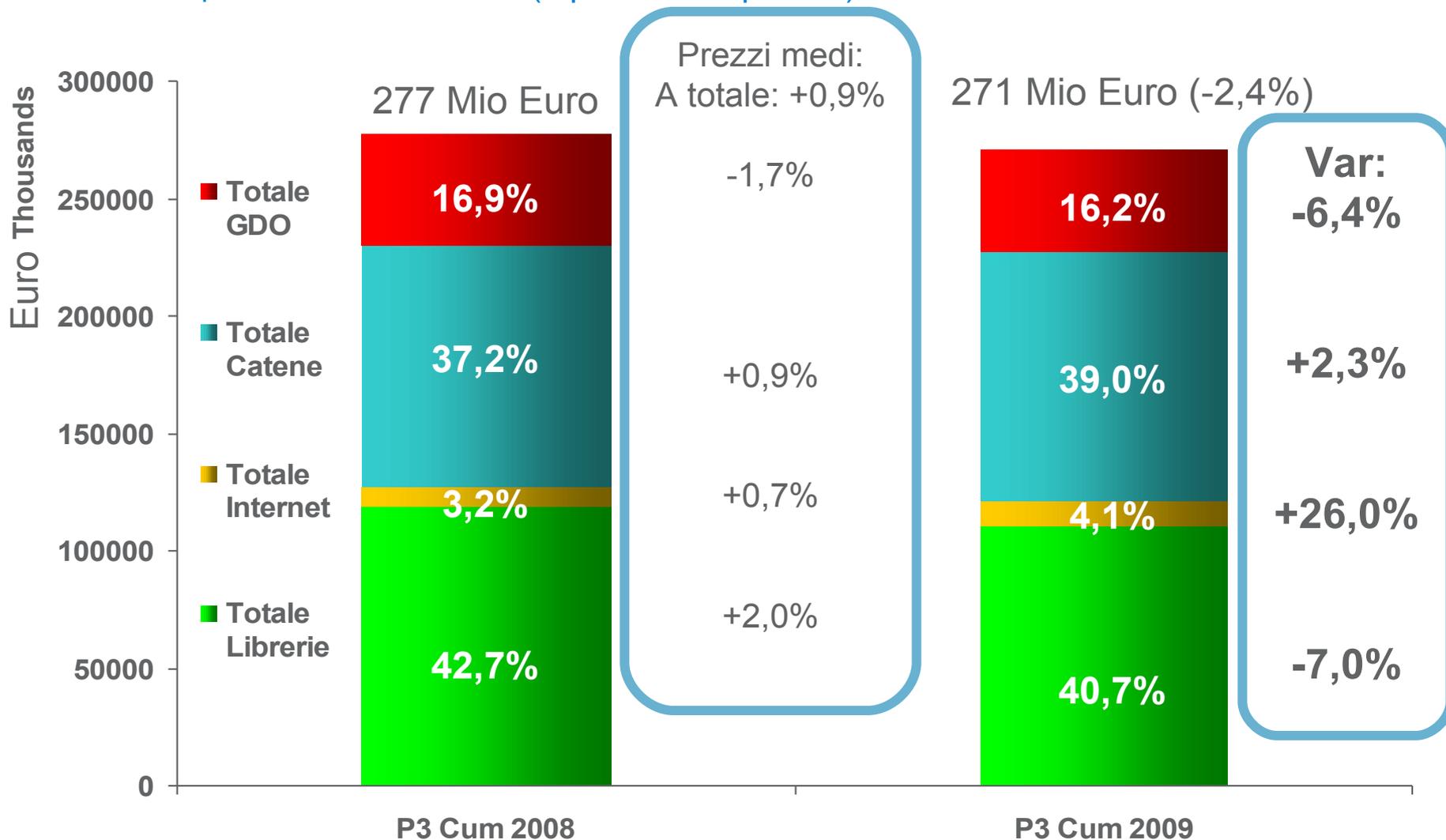
Internet anticipa il picco stagionale

Trend del mercato per canale a valore (a prezzi di copertina)



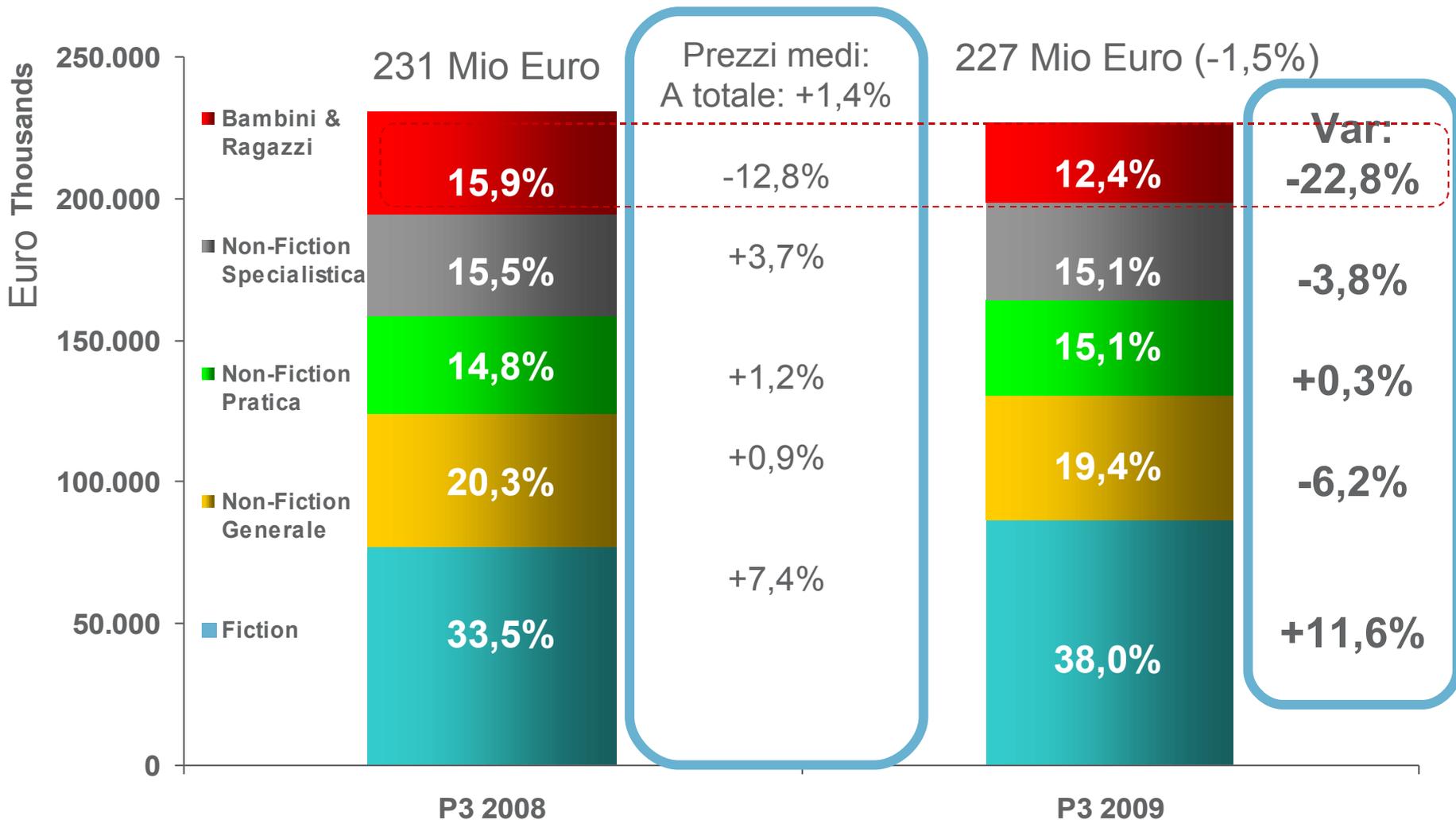
Ancora in crescita i canali Internet e Catene

Mercato per canale a valore YTD (a prezzi di copertina)



Solo la Fiction per adulti in forte crescita

Mercato per genere a valore* (a prezzi di copertina)



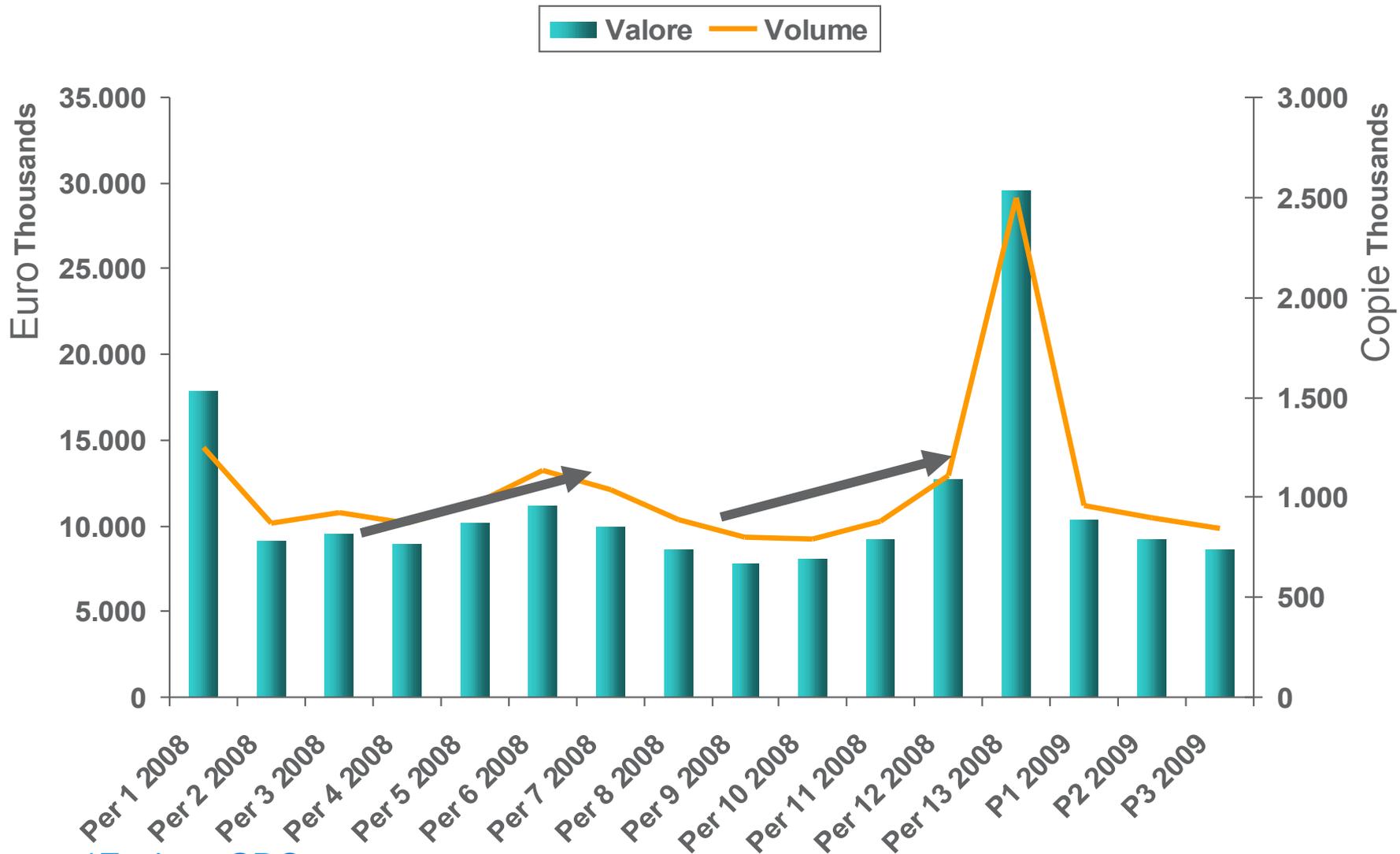
*Esclusa GDO

Il mercato del libro trade per bambini & ragazzi



Stessa stagionalità del mercato totale

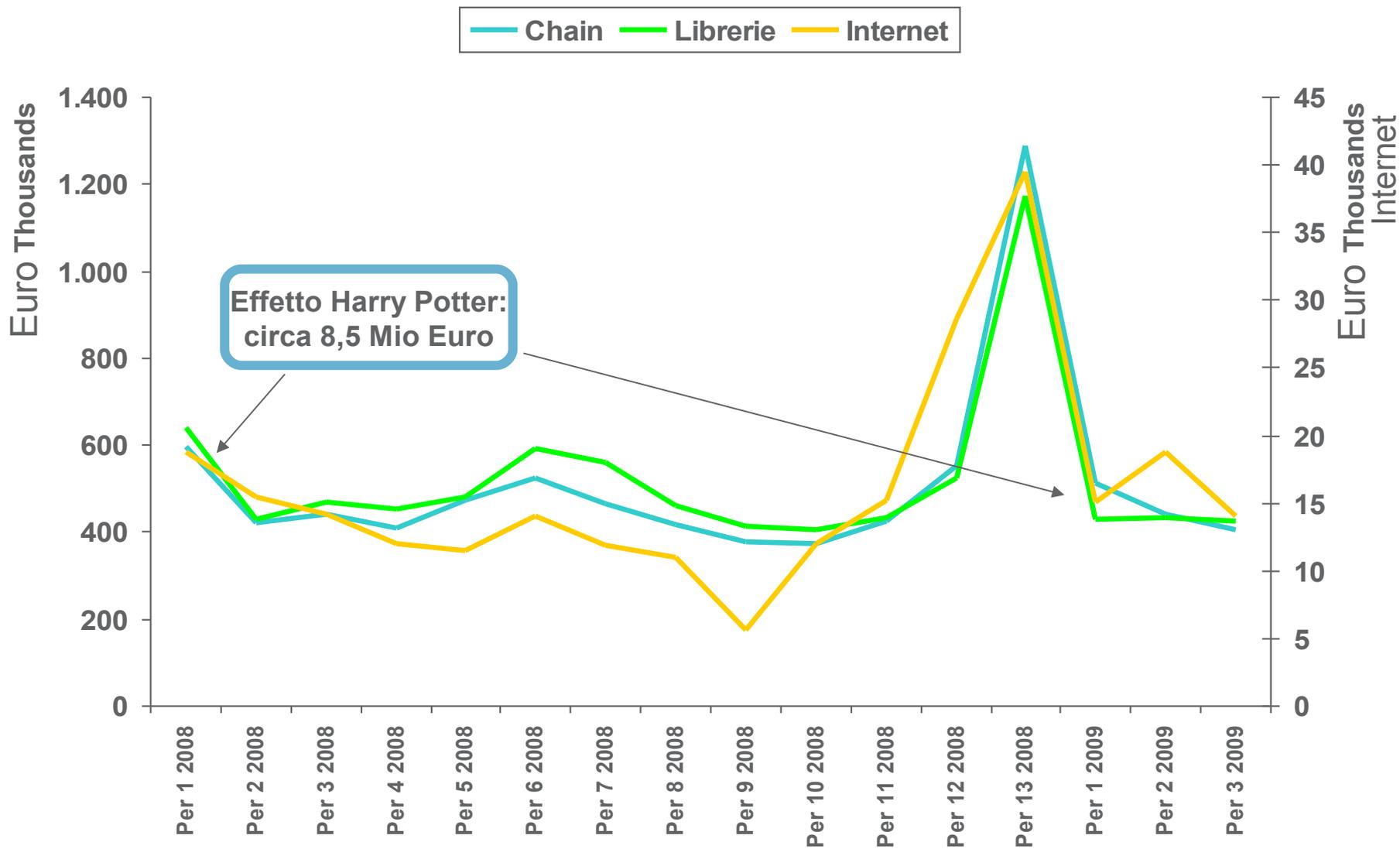
Mercato libri per bambini e ragazzi a volume e valore* (a prezzi di copertina)



*Esclusa GDO

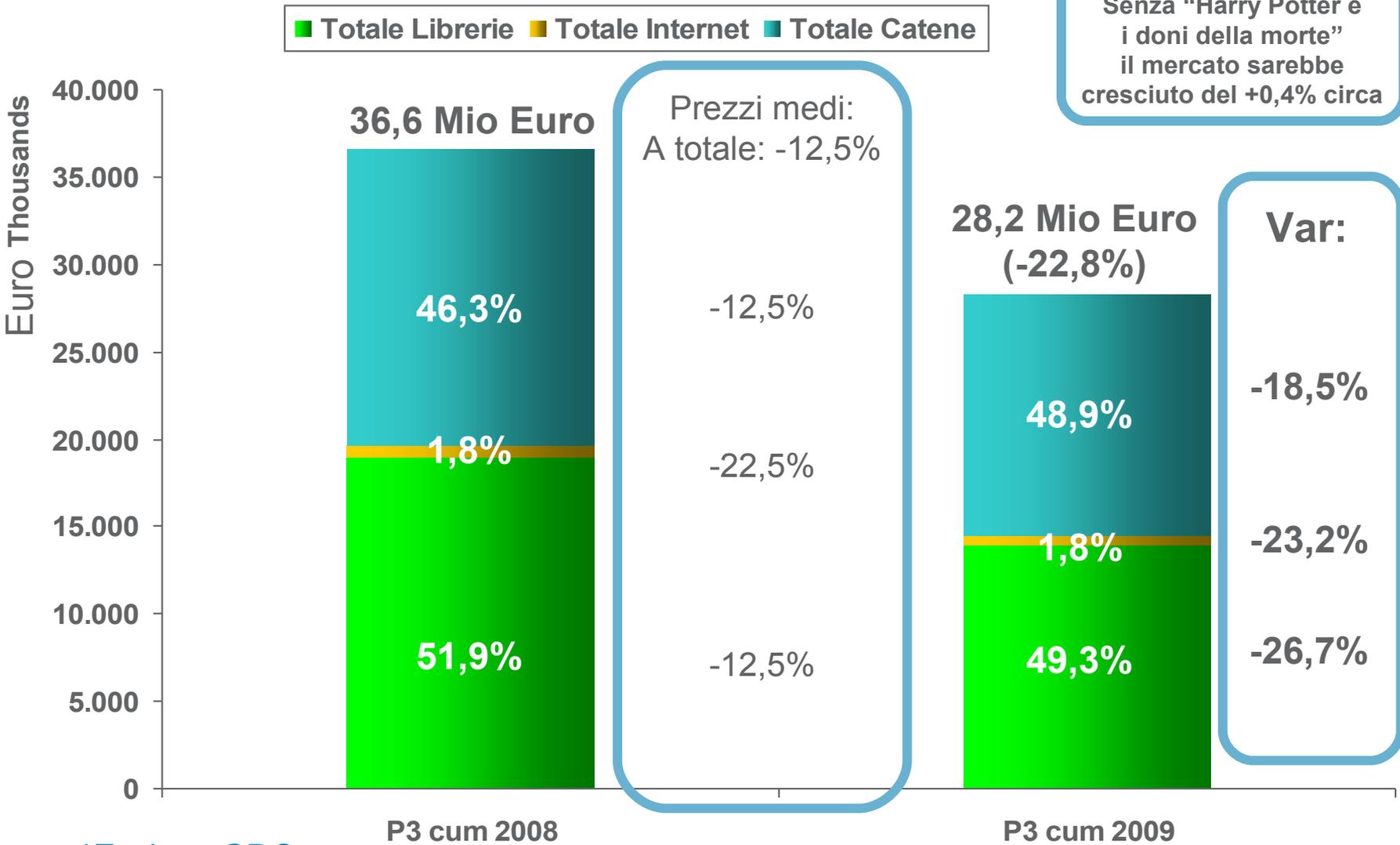
Librerie forti nel periodo primavera-estate

Andamento rispetto alla media per canale (a prezzi di copertina)



Mercato libri per ragazzi in calo

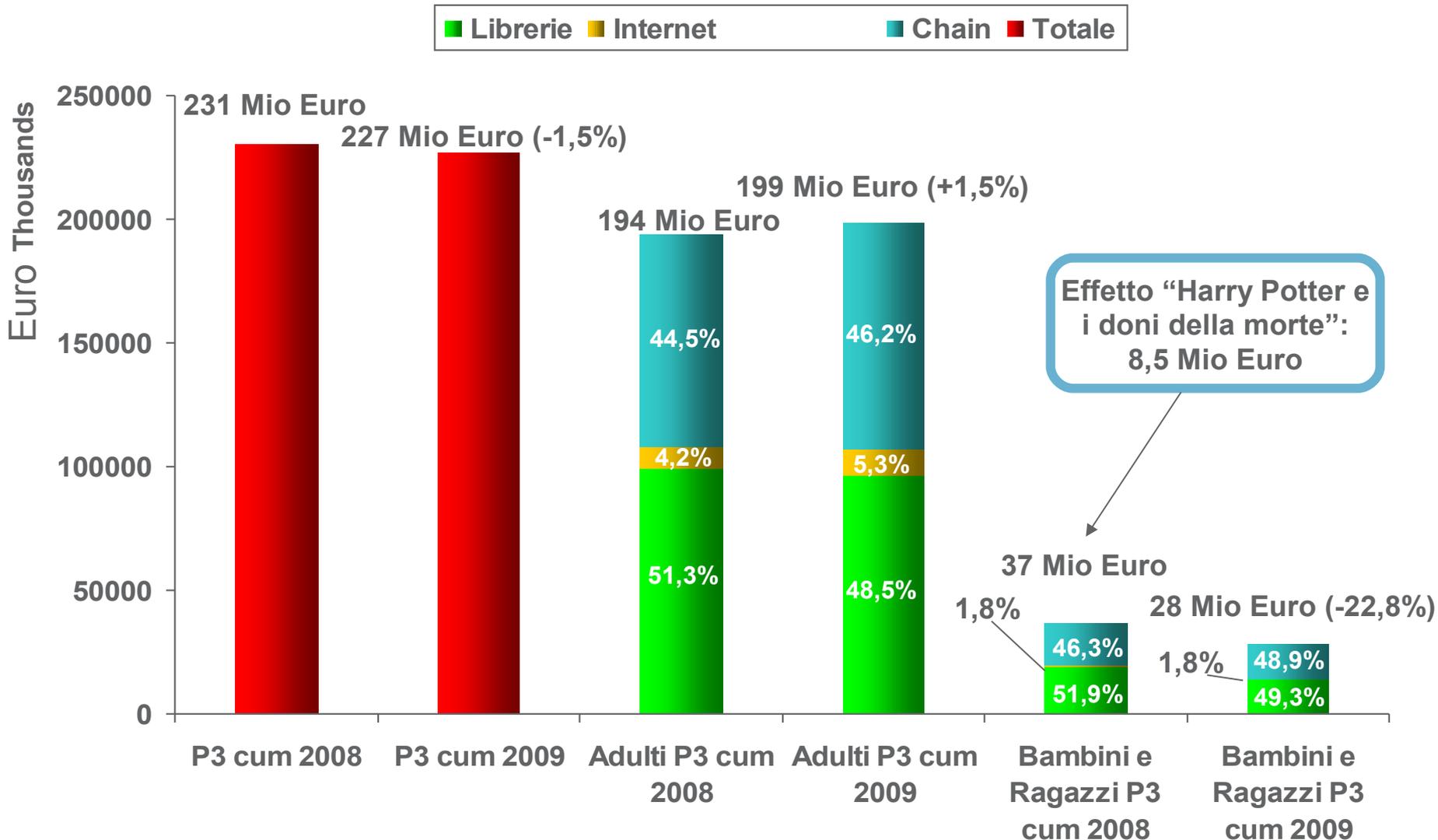
Mercato libri per bambini ragazzi per canale a valore*(a prezzi di copertina)



*Esclusa GDO

Il mercato dei libri per adulti in crescita

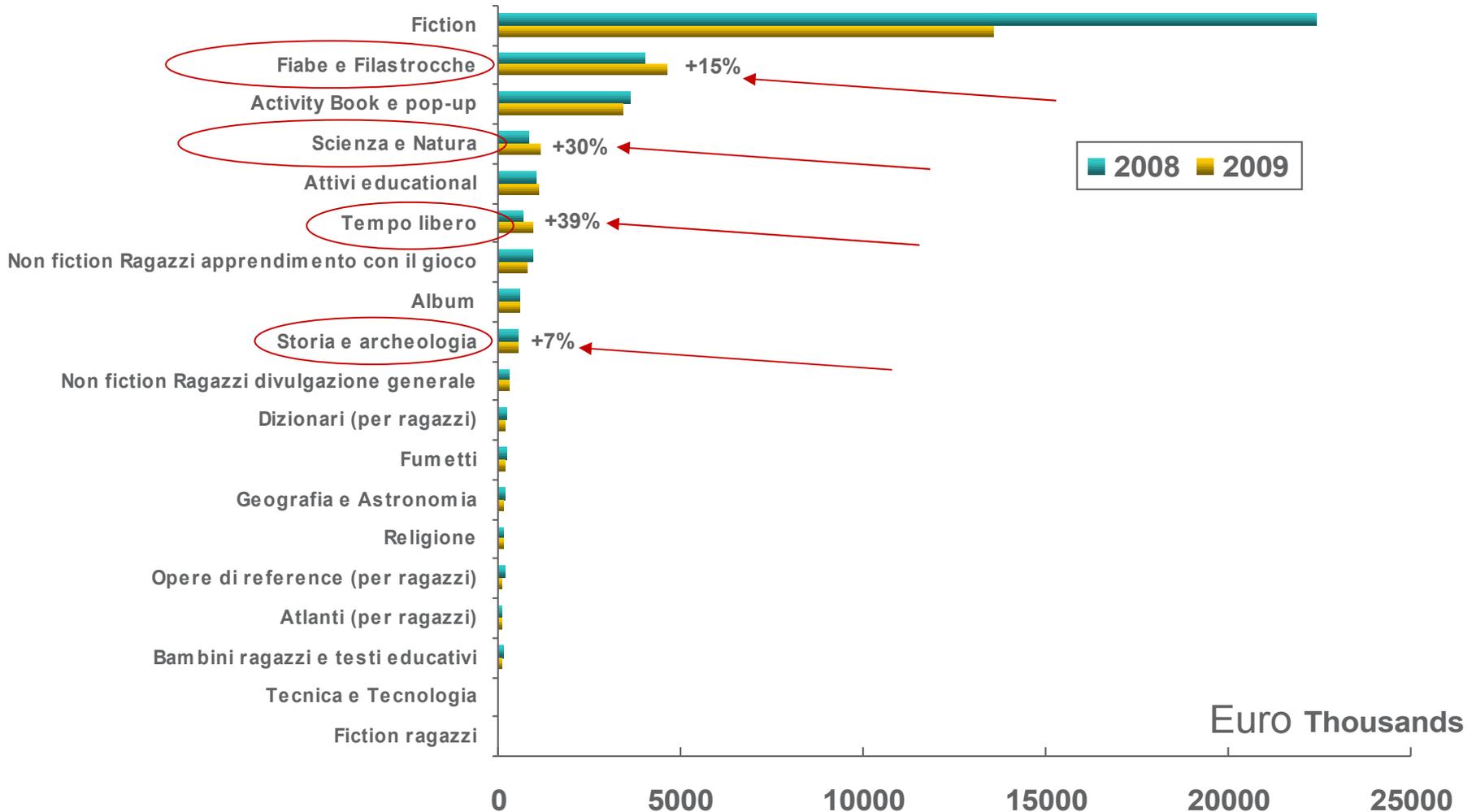
Mercato per canale a valore YTD*(a prezzi di copertina)



*Esclusa GDO

Fiction per ragazzi in calo ma altre categorie in forte crescita

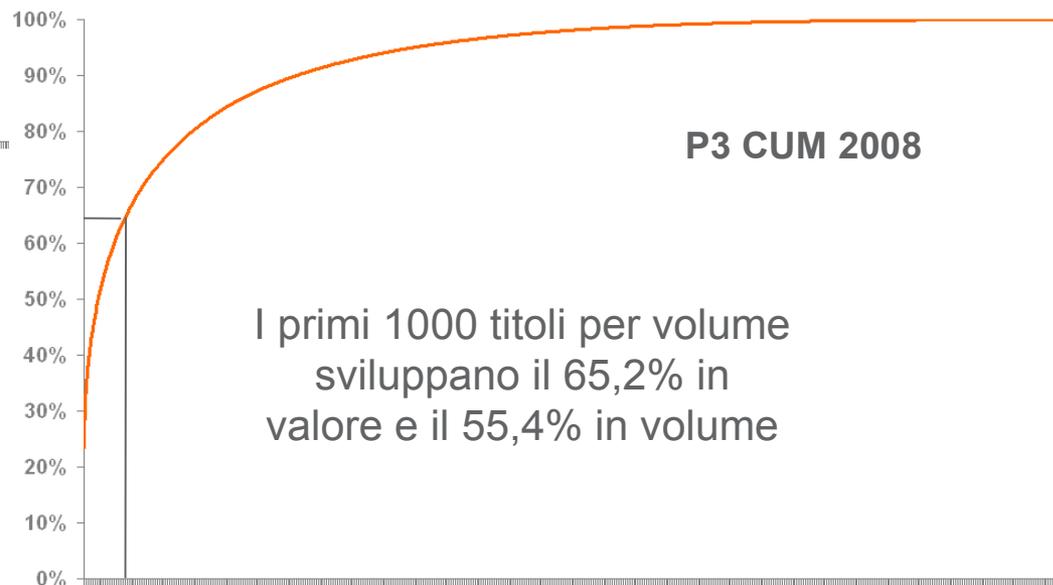
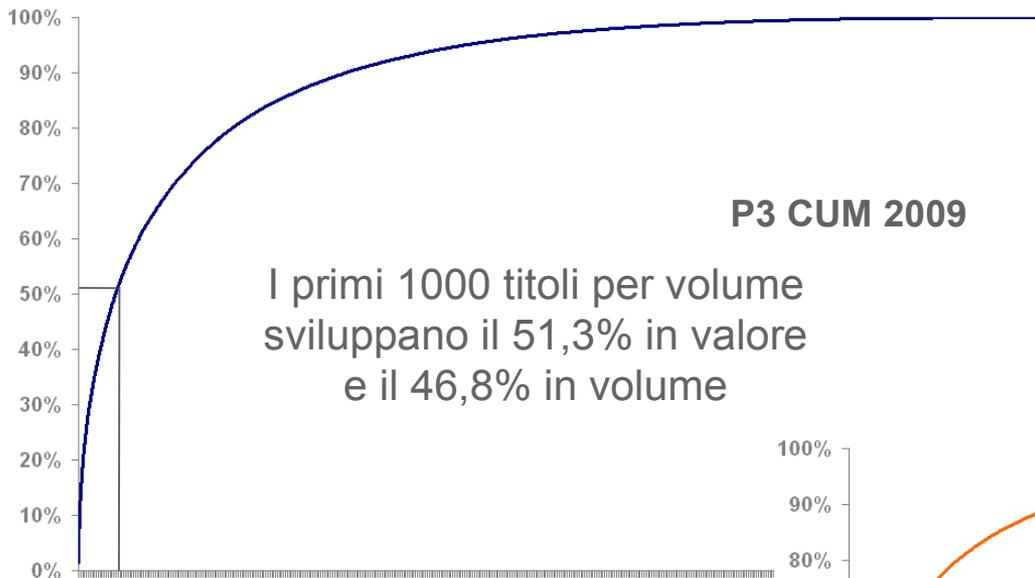
Andamento livello 3 a valore P3 cum 2009 vs. P3 cum 2008*(a prezzi di copertina)



*Esclusa GDO

2008 Molto più concentrato

Concentrazione mercato libri per bambini e ragazzi* (a prezzi di copertina)



*Esclusa GDO

Alcune considerazioni

- A totale mercato, Catene ed Internet sono i canali che crescono maggiormente
- Nel mercato dei libri per ragazzi sono forti Librerie e Catene mentre Internet ha un ruolo ancora marginale
- L'impatto di "Harry Potter e i doni della morte" si è fatto sentire nel 2008, potrebbe aver generato anche un effetto alone
- Escludendo "Harry Potter e i doni della morte" dal 2008, il 3° periodo cumulato del 2009 sarebbe cresciuto di circa il +0,4%

GRAZIE PER L'ATTENZIONE !

nielsen
● ● ● ● ● ● ● ● ●