



Aziende della
Comunicazione
Unite

Brave New World

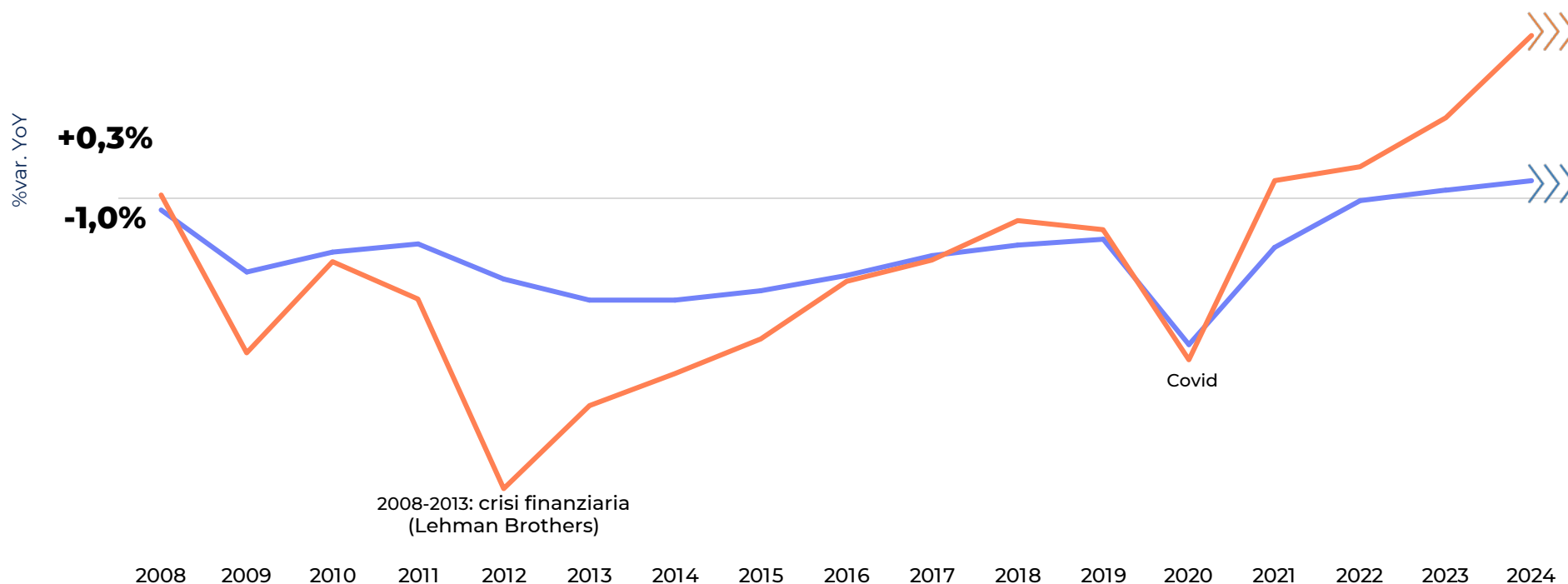
Il mercato pubblicitario: tra evoluzione e imprevedibilità

19 novembre 2025

Federica Setti

Portavoce Media Hub UNA

Il Mercato Pubblicitario cresce dove l'economica fatica



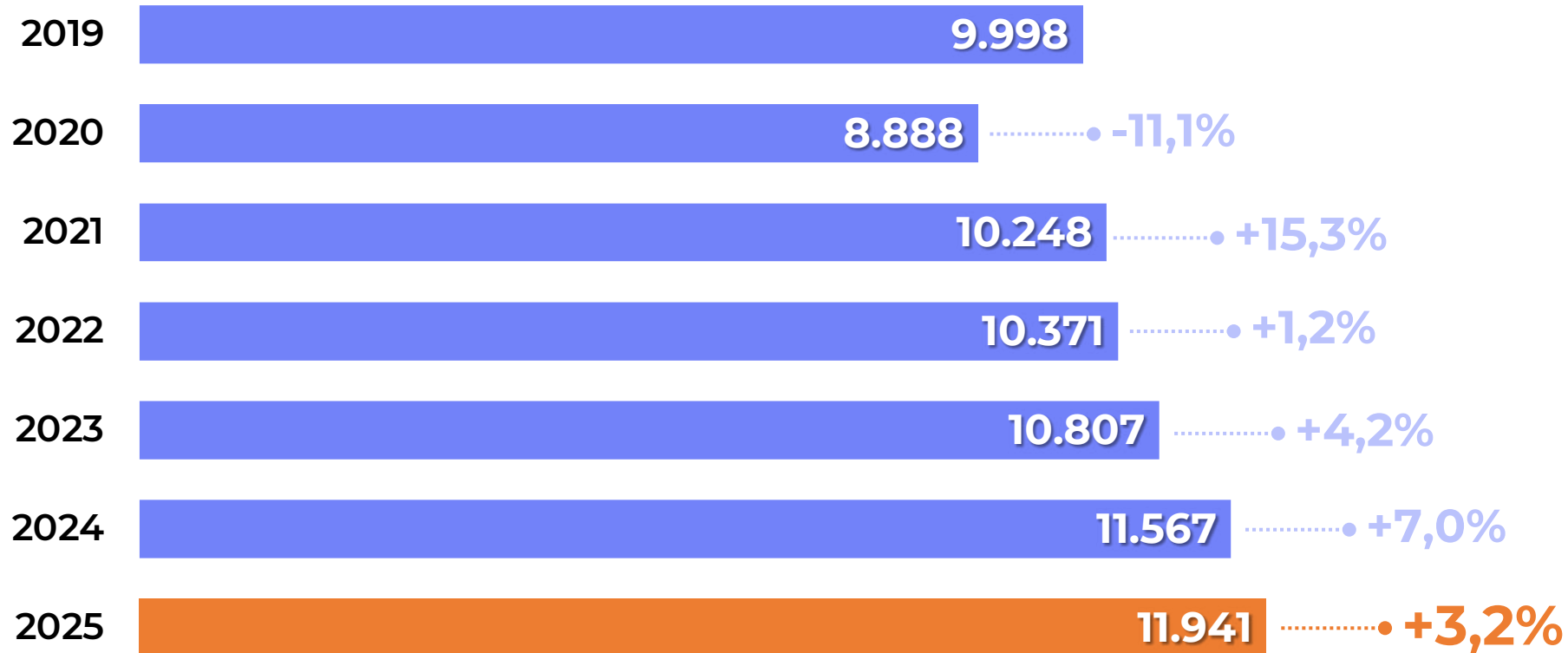
Dati 2024

+7.0%  **ADV**

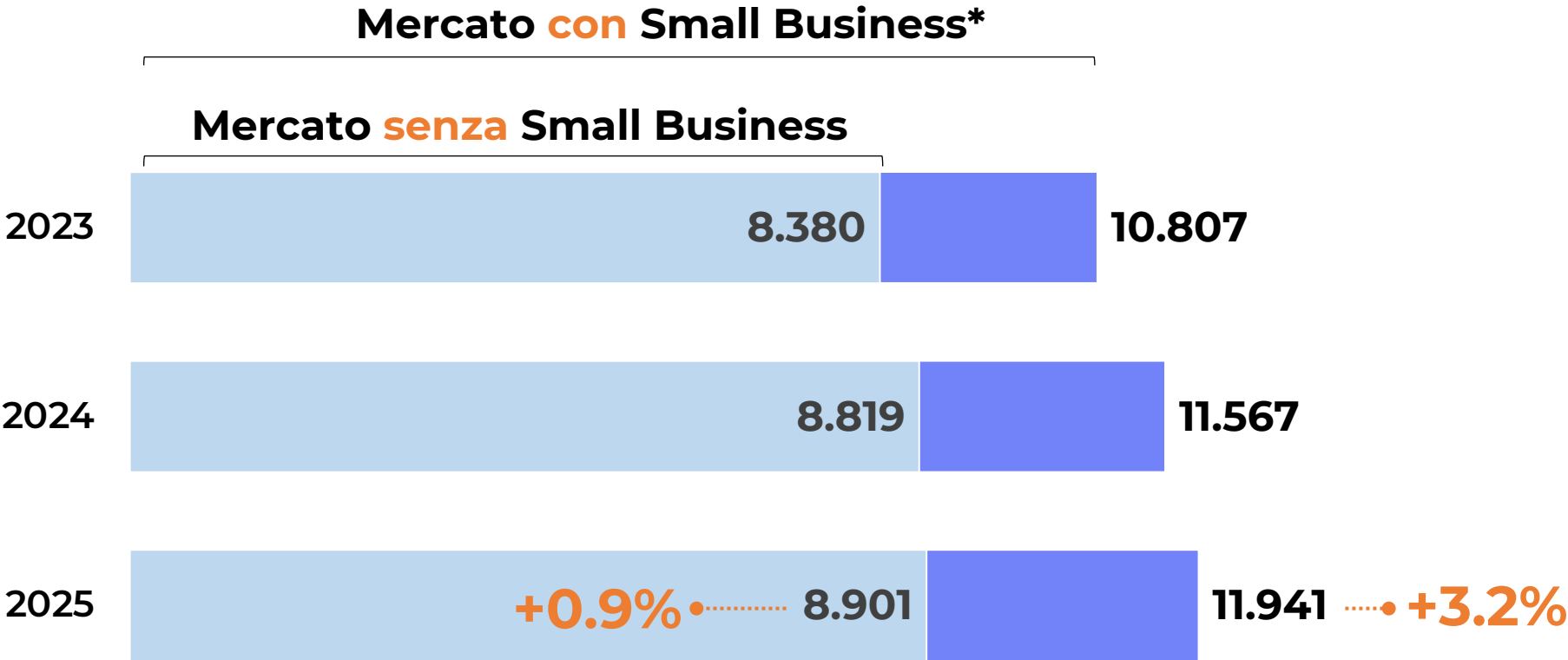
+0.8%  **PIL**

Fonte: UNA Media Hub su dati Istat (PIL) e stime UNA (Adv)

Il **2025** si chiude con **+370 mio €**, nonostante la complessità del periodo



Il mercato pubblicitario tiene il passo, lo SB fa volare le piattaforme digitali



**Quota SB
sul Mercato**

**Quota SB
sui GAMT**

22%

57%

24%

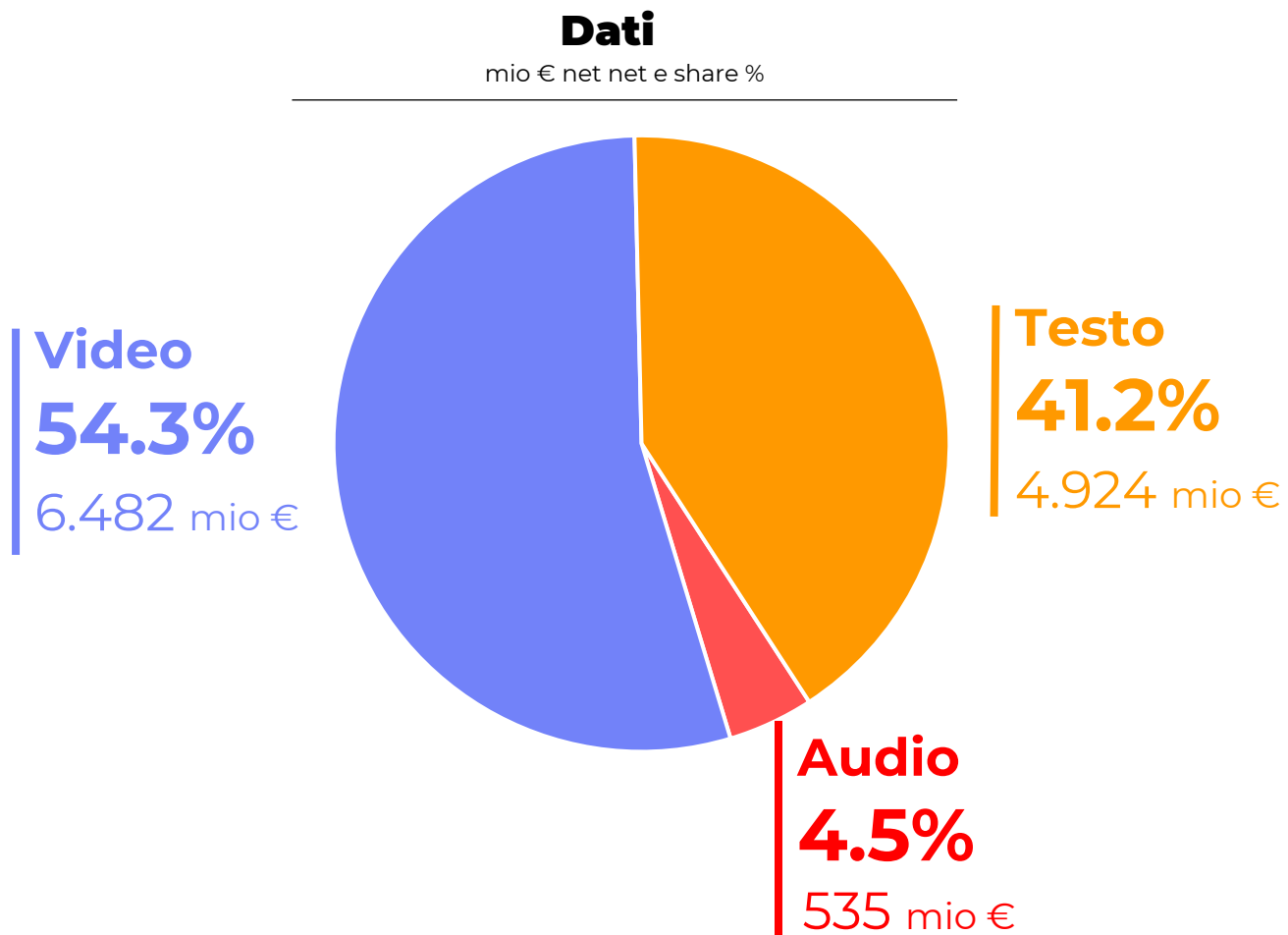
58%

25%

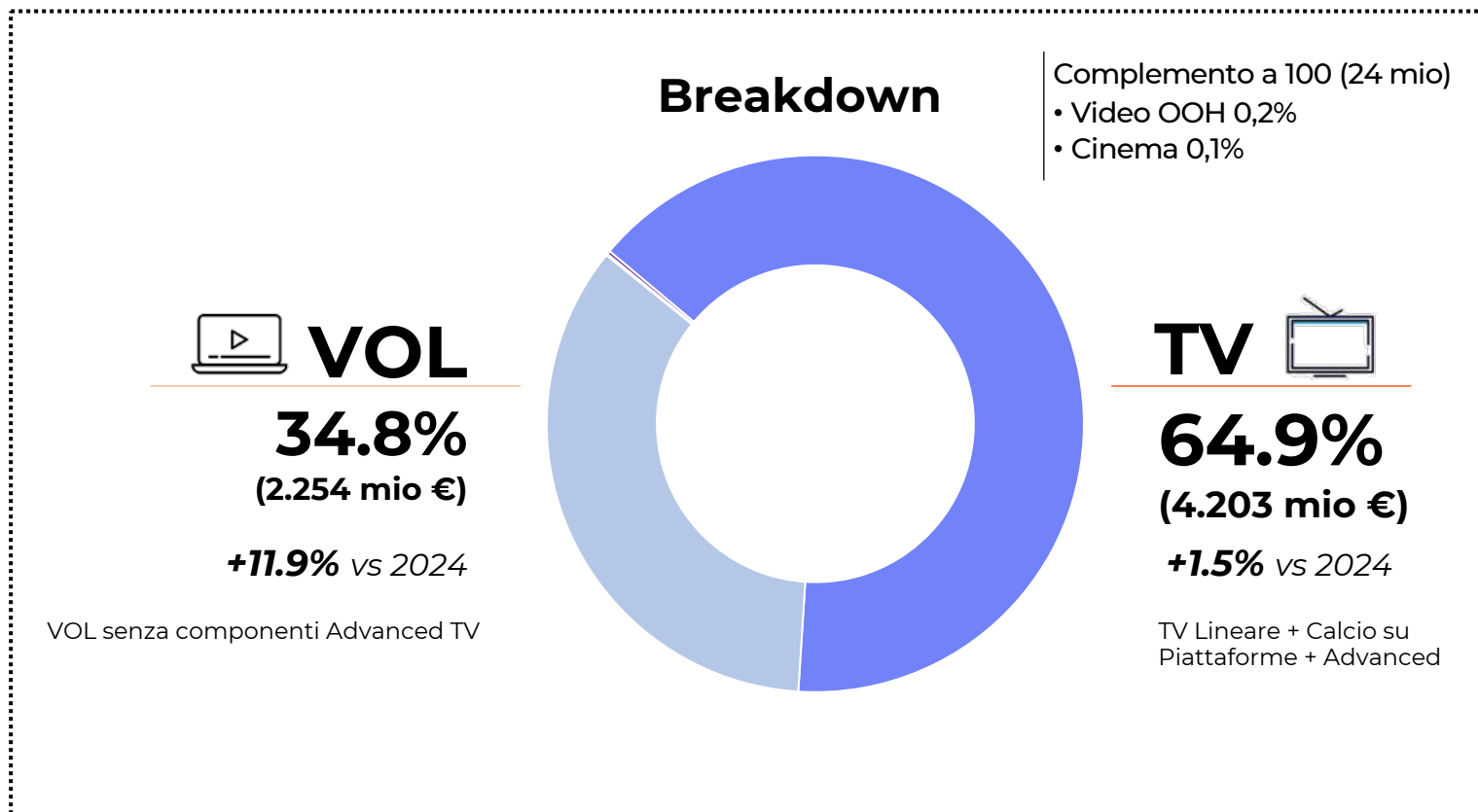
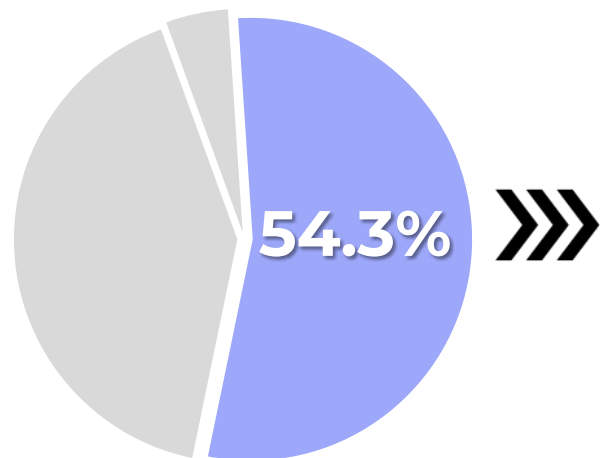
59%

* Lo Small Business comprende tutte le piccole e micro imprese che investono sul Mercato. Vengono definite da Istat aziende con meno di 50 dipendenti e sono il 95% del tessuto produttivo italiano

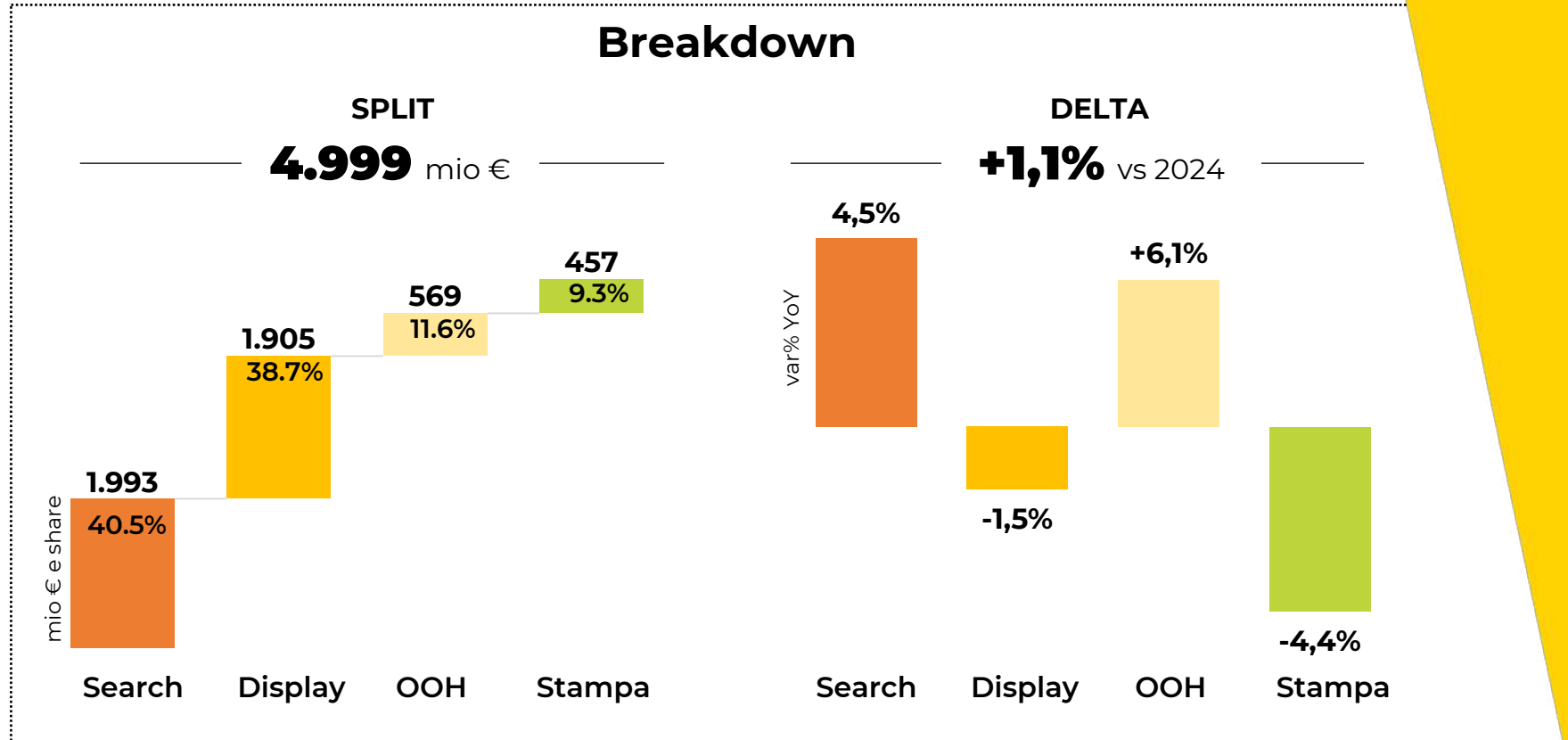
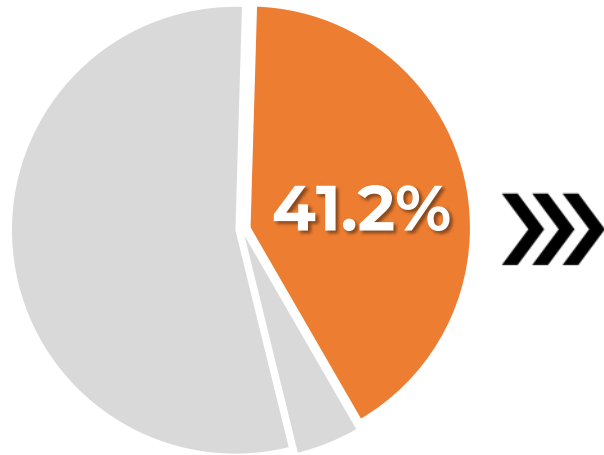
I Formati riscrivono l'identità di media sempre più ibridi



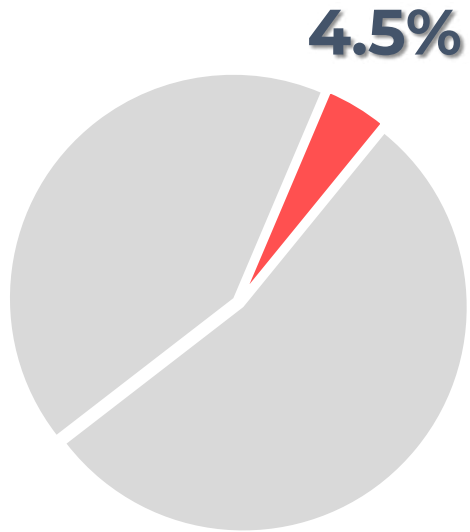
Video: La TV resta la componente dominante



Nella componente Testo, invece, la Display e la Search rappresentano ormai l'80% di quota



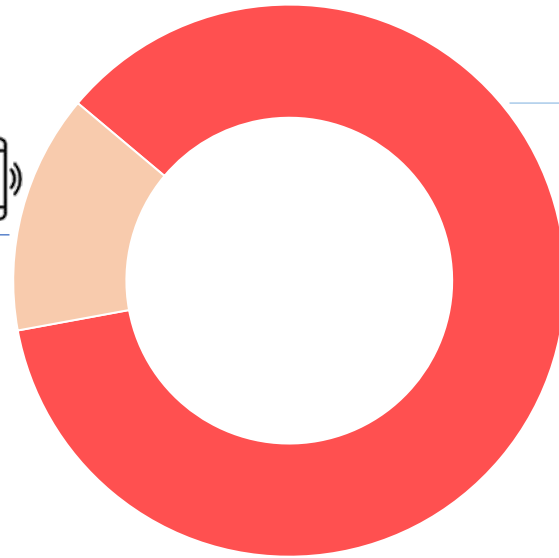
Audio: Radio al centro, ma una forte spinta comincia ad arrivare dal Digitale



Digital audio 

14.0%
(75 mio €)
+11.9% vs 2024

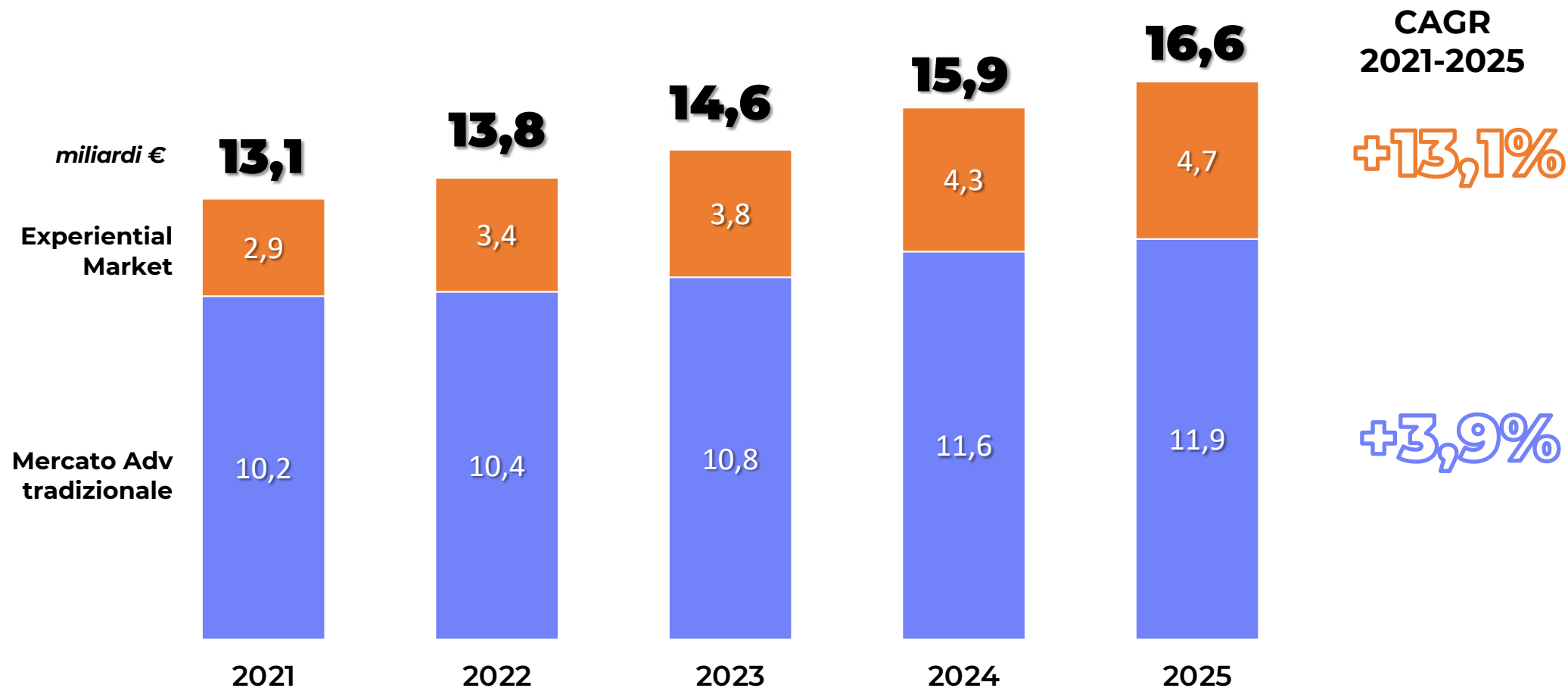
Breakdown



Radio 

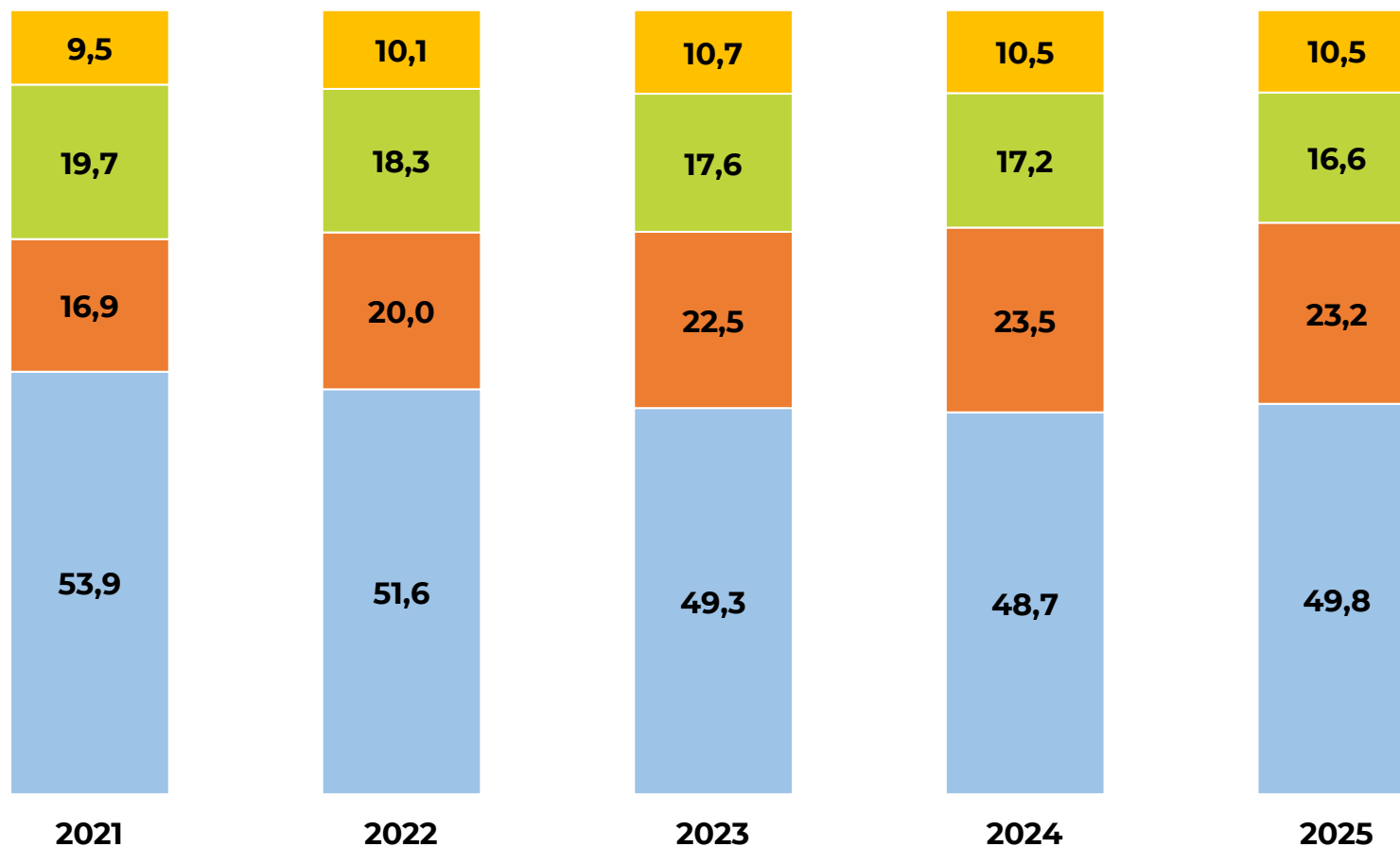
86.0%
(460 mio €)
+2.3% vs 2024

Il **Mercato della Comunicazione** supera i 16 miliardi, con una spinta significativa del mondo Experiential



Experiential Market: un Mercato con anime diverse

Share % sul totale experiential market



Influencer

+16.1%

Branded

+8.4%

Eventi

+22.4%

Sponsorship

+10.9%

2026: anno degli eventi sportivi, porta un boost da quasi 1 miliardo al Mercato della Comunicazione

