



Aziende della
Comunicazione
Unite



Crescere nell'incertezza

Il mercato pubblicitario non aspetta la normalità

28 Ottobre 2026

Federica Setti
Portavoce Media Hub UNA



2026: il Mercato Pubblicitario cresce, anche con il contributo dello Small Business



Valori in milioni di euro (net net)

*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 99,3% del tessuto produttivo italiano..



Video, Audio e Testo: il Mercato Pubblicitario cambia prospettiva

Tot Mercato: 12.619

2026 - mio € net net e share %

Video

52.7%

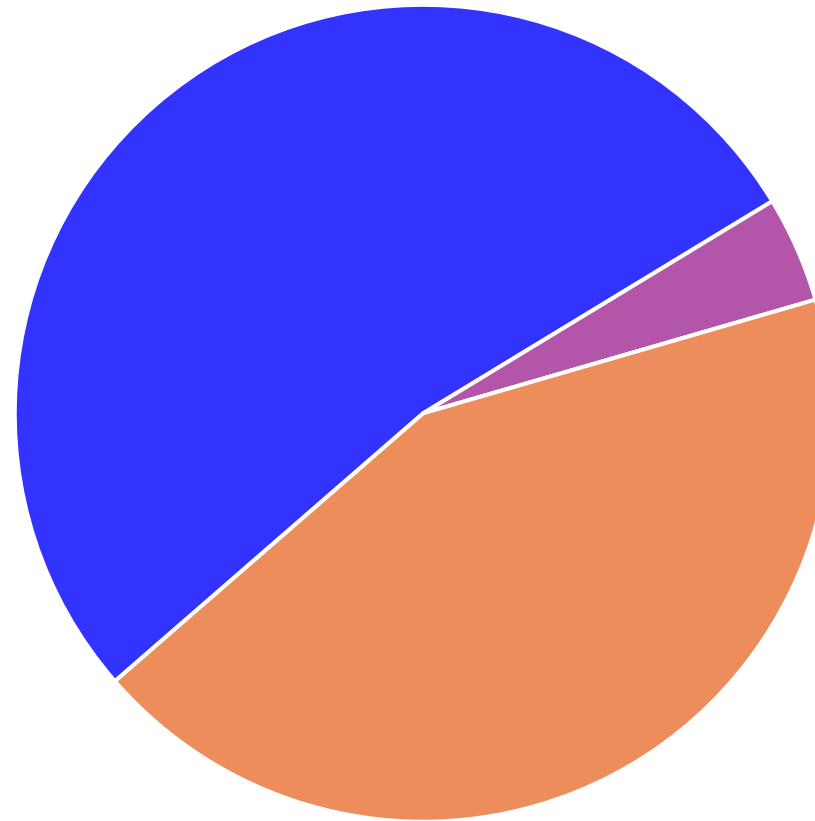
6.651 mio € (+6.5%)

TV (linear+advanced): 63.9%

Video online: 35.7%

Cinema: 0.3%

Video OOH: 0.1%



Audio

4.2%

527 mio € (-0.1%)

Radio: 86.0%

Digital audio: 14.0%

Testo

43.1%

5.441 mio € (+2.3%)

Search: 37.7%

Display: 36.4%

Quotidiani (carta+digital): 9.4%

Periodici (carta+digital): 4.0%

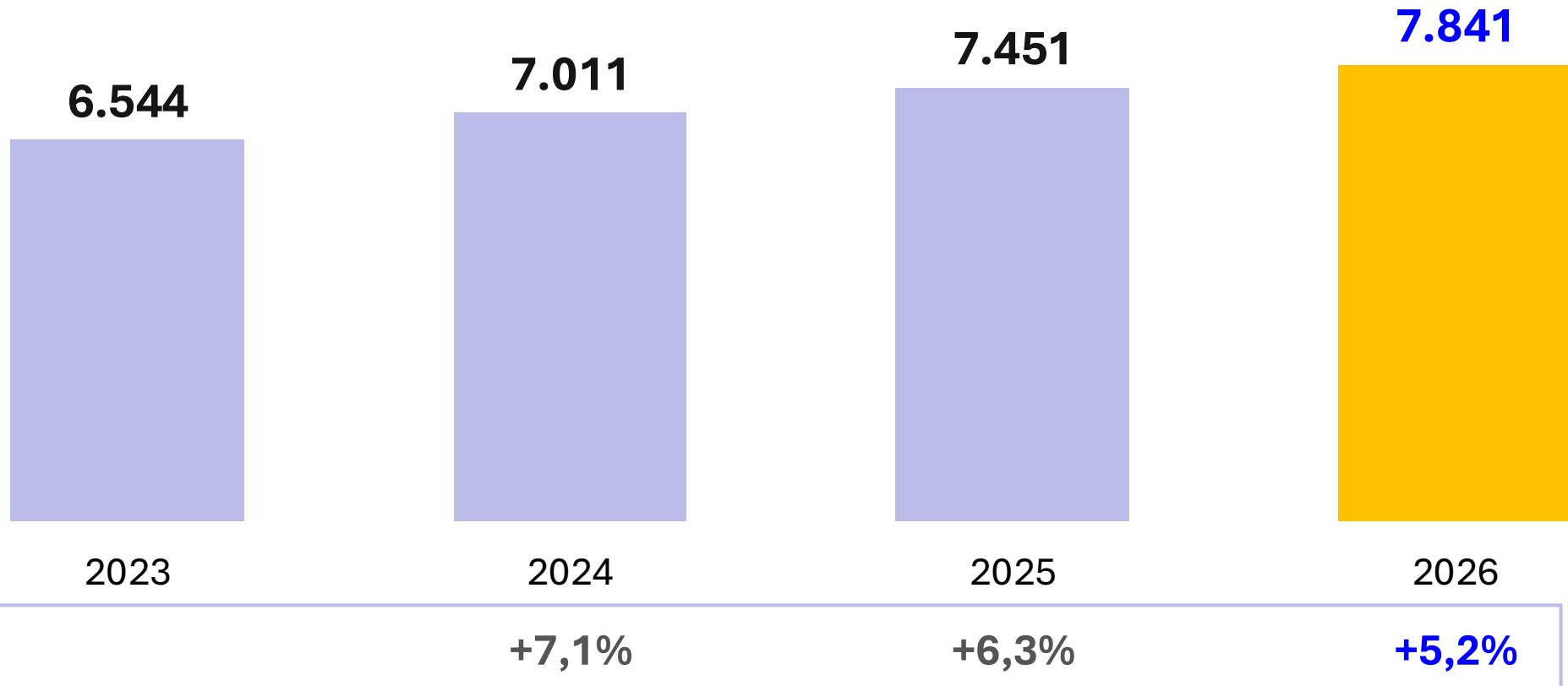
OOH (traditional+statica digital): 12.5%



Quasi 8 miliardi sotto la voce Digitale. Ma a quali mezzi appartengono?

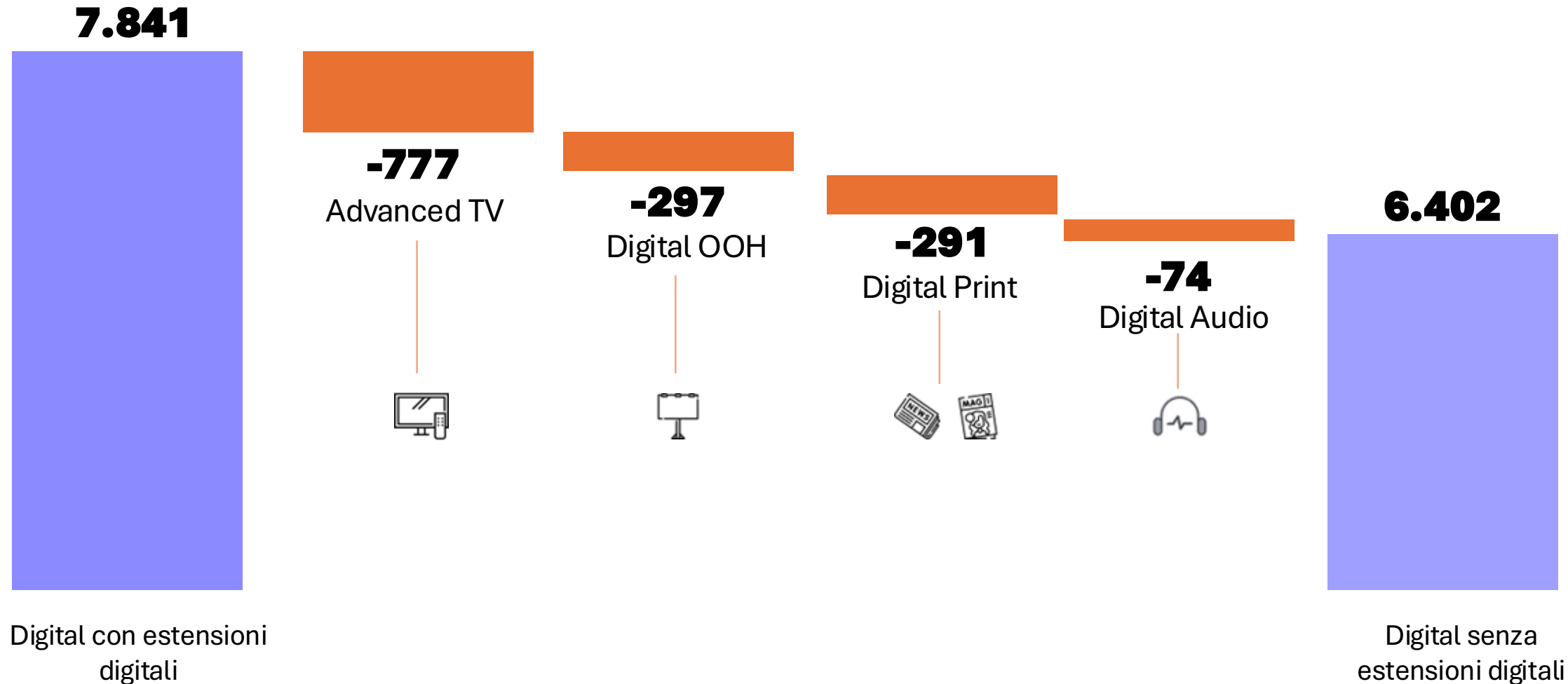
Digitale comprensivo di estensioni digitali (Advanced TV + DOOH + Digital Print + Digital Audio)

Valori in milioni di euro (net net)



Dentro il Digitale, 1.4 miliardi appartengono agli altri mezzi

Valori in milioni di euro (net net)

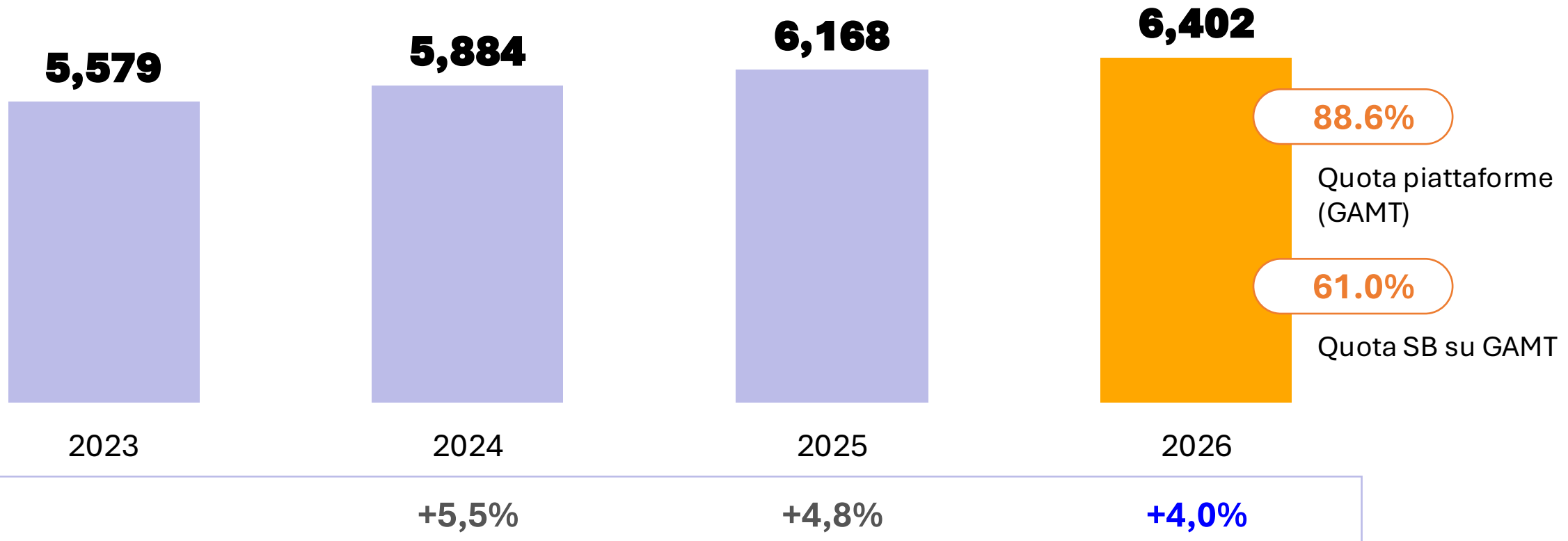




Il Digitale puro cresce, quasi il 90% è nelle mani delle piattaforme

Digital puro senza estensioni digitali

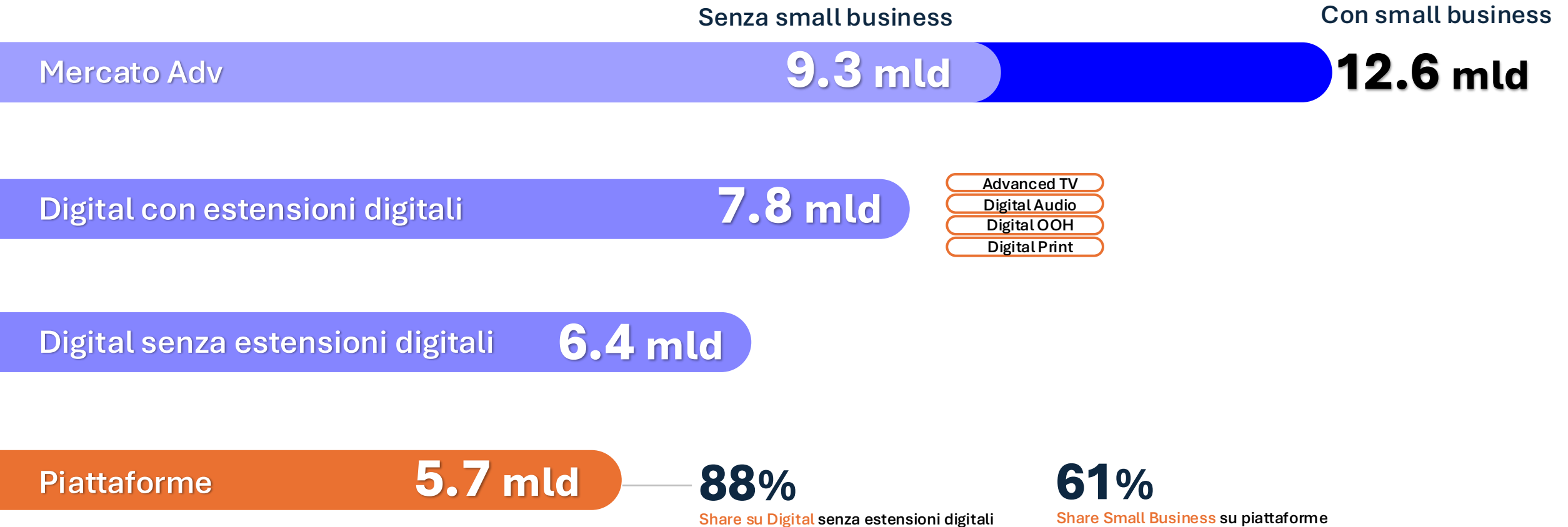
Valori in milioni di euro (net net)





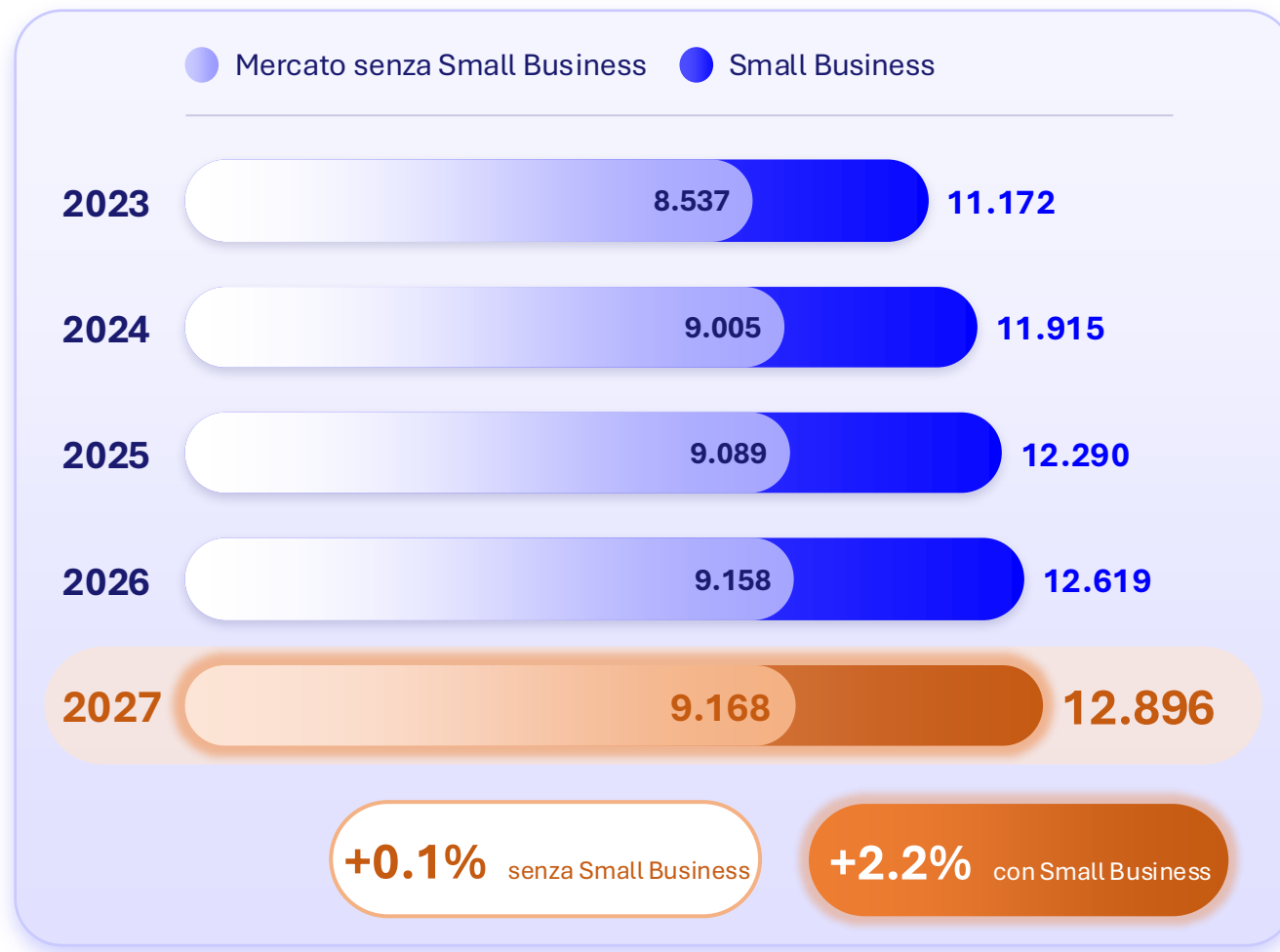
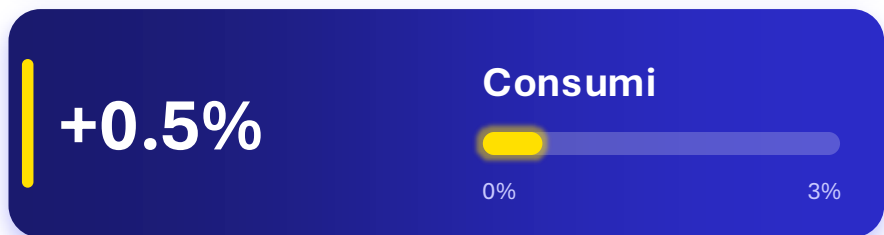
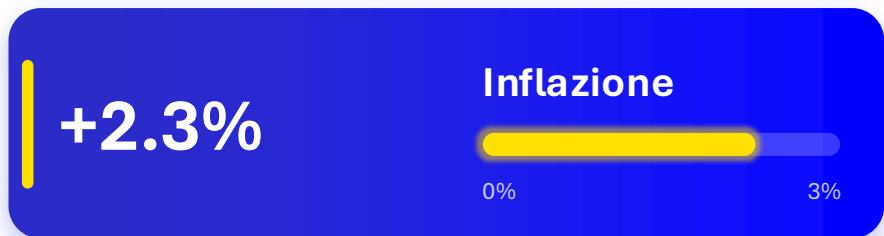
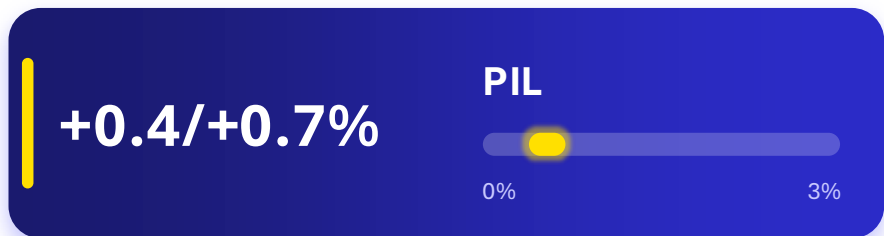
Dalle estensioni dei mezzi alla concentrazione del mercato

Una lettura a imbuto





2027: crescita debole, pesa l'incertezza economica



Grazie!



Aziende della
Comunicazione
Unite

Federica Setti