



OSSEVATORIO FCP-ASSOINTERNET GENNAIO-DICEMBRE 2024

Gli investimenti pubblicitari relativi al **gennaio-dicembre 2024**, rilevati dalla società Reply nell'ambito dell'**Osservatorio Fcp-Assointernet** si attestano al **+ 1%**, con il mese di dicembre che registra il **- 8,1%**.

Nel 2024 si conferma particolarmente significativo il dato relativo alla **fruizione** dei contenuti pubblicitari tramite "App" (+ 5,9%), con un andamento favorevole rispetto alla fruizione in modalità "Browsing", anch'essa comunque in crescita (+ 0,5%).

Sempre a livello annuo (2024) le analisi in termini di **device** evidenziano una crescita della voce *Smartphone* (+ 2,9 %), a fronte di un lieve decremento dell'aggregato *Desktop/Tablet* (- 0,4%).

In riferimento agli andamenti dei settori **merceologici**, il 2024 conferma il trend positivo della maggior parte dei compatti economici. Risultano in particolare da evidenziare i riscontri riferibili a Distribuzione, Alimentari, Bevande, Gestione Casa e Finanza/Assicurazioni.

"Oltre 530 milioni di euro e chiusura positiva per il mercato digital in Italia nel 2024" dichiara Simone Branca, Presidente di FCP-Assointernet "l'anno appena concluso è stato positivo a livello generale (+1%) ma a 2 velocità. I primi 8 mesi in accelerazione anche grazie alla spinta dei grandi eventi, Euro 2024 e le Olimpiadi di Parigi in particolare, mentre l'ultimo quadrimestre è stato caratterizzato da un trend meno dinamico. Nell'ambito del panorama digital italiano, resta centrale il ruolo degli editori FCP-Assointernet che sono stati in grado di mettere a disposizione dei Brand soluzioni e progettualità efficaci per raggiungere i propri obiettivi di comunicazione. In particolare, analizzando le principali dinamiche del 2024, le Aziende hanno concentrato i propri investimenti sui formati display e video, è cresciuta tutta la componente ad alto valore aggiunto, dove spiccano i progetti speciali e social media, mentre il native advertising ha chiuso in lieve ritardo rispetto all'anno precedente. Considerando i prodotti a impression e le relative modalità di vendita, il canale diretto rappresenta il driver principale, mentre in ambito Programmatic gli investimenti tendono a concentrarsi sulle tipologie Guaranteed e Open Auction. Il 2025 rappresenta per l'Associazione un anno importante caratterizzato da numerose novità in termini progettuali e di approccio al mercato. l'Osservatorio Investimenti si rinnova con l'obiettivo di fornire agli operatori del settore una vista sempre più dinamica e aggiornata sui trend in maggiore crescita, tra cui Branded Content, Social e Digital Audio. Parallelamente sono in via di definizione collaborazioni, progetti e iniziative per fornire nuovi strumenti e servizi a sostegno del business delle Aziende associate e, in generale, per favorire il confronto tra gli stakeholder del nostro mercato e lo sviluppo del nostro ecosistema."