



SIMONE BRANCA CONFERMATO PRESIDENTE FCP-ASSOINTERNET PER IL BIENNIO 2025-2027

L'Assemblea FCP-Assointernet del 29 maggio 2025 ha confermato all'unanimità Simone Branca, Head of AdTech & Data di Rai Pubblicità, Presidente FCP-Assointernet per il biennio 2025-2027. Per Simone Branca si tratta del secondo mandato consecutivo, dopo quello relativo al periodo 2023-2025. Per il fruttuoso ed appassionato lavoro svolto in questo primo mandato associativo, Simone Branca ha ricevuto i ringraziamenti del Presidente FCP Massimo Martellini e dell'intera Assemblea.

L'Assemblea ha inoltre confermato per il biennio 2025-2027 il Consiglio Direttivo FCP-Assointernet, la cui funzione è quella di affrontare le priorità dell'Associazione sul mercato digitale, in un momento di grandi trasformazioni e continue evoluzioni. I membri del consiglio direttivo confermati dall'Assemblea sono: Massimo Crotti (Italiaonline), Cristina Ros (A.Manzoni), Massimo Miele (Condé Nast), Corinna Marrone Lisignoli (Taboola) ed Alfredo Coco (Mediamond).

Simone Branca ha così commentato il suo secondo mandato: *“Ringrazio i Colleghi e il Presidente Martellini per la rinnovata fiducia, così come il Consiglio Direttivo di FCP-Assointernet per il percorso condiviso in questi ultimi due anni. Guardando al prossimo biennio, sono certo che la nostra Associazione sarà sempre più impegnata in progetti e iniziative concrete a sostegno dello sviluppo del digitale nel nostro Paese.”*

I DATI DEL MERCATO OSSERVATORIO FCP-ASSOINTERNET APRILE 2025

Gli investimenti pubblicitari rilevati dalla società Reply nell'ambito dell'**Osservatorio Fcp-Assointernet** registrano ad Aprile 2025 un **-1,2%**, con il primo quadri mestre dell'anno che si attesta anch'esso al -1,2%.

Un esame dei **settori merceologici**, evidenzia nel periodo gennaio-aprile 2025 i positivi riscontri dei compatti, Cura Persona, Distribuzione, Turismo e viaggi, Automotive.

“Trend allineato al mese precedente” dichiara il Presidente FCP-Assointernet Simone Branca *“L'andamento osservato ad aprile 2025 da FCP-Assointernet, l'organismo associativo che comprende le principali realtà della pubblicità italiana attive nel mercato digitale, si conferma meno dinamico rispetto alle aspettative (-1,2%), in particolare se paragonato alla stima Nielsen di inizio anno relativa alla raccolta dell'intero universo del web advertising che comprende anche i cosiddetti “Over The Top” (OTT). Osservando i primi 4 mesi dell'anno (-1,2% a progressivo) e considerando l'assenza dei grandi eventi sportivi che hanno caratterizzato la scorsa estate il clima resta prudente. Display e video advertising si confermano tra le soluzioni più utilizzate dagli inserzionisti, al contempo cresce la rilevanza della componente social ADV. Tra i principali driver positivi ci sono video instream, progetti social e digital audio, seppur con pesi e dinamiche differenti.”*

Per eventuali ulteriori informazioni contattare la Segreteria Generale FCP (direzione@fcponline.it)