



COMUNICATO STAMPA FCP-ASSOINTERNET

Gennaio-Aprile 2026

Il mercato della pubblicità digitale monitorato dall'**Osservatorio FCP-Assointernet** chiude i **primi quattro mesi dell'anno** con un risultato positivo, registrando una crescita complessiva del **+2,7%** e superando quota 165 milioni di euro di investimenti. Un dato che conferma la tenuta del comparto nonostante il rallentamento osservato nel mese di aprile (-3,1%), inserito in un contesto economico e geopolitico ancora complesso.

«I dati dei primi quattro mesi dell'anno restituiscono un quadro complessivamente consistente per il mercato digitale», commenta Simone Branca, Presidente di FCP-Assointernet. «La crescita progressiva conferma il ruolo centrale del digitale nelle strategie di comunicazione dei Brand, pur evidenziando una discontinuità mensile da monitorare con attenzione».

Dal punto di vista delle tipologie di investimento, display, video e social si confermano le soluzioni maggiormente apprezzate dagli Inserzionisti, continuando a rappresentare il cuore degli investimenti digitali. Tuttavia, nel mese di aprile, a fronte di una crescita di display e social, si osserva una contrazione di altre componenti, tra cui video e native advertising.

Lo sguardo si rivolge ora alla seconda parte dell'anno, caratterizzata da una forte aspettativa legata ai Mondiali di Calcio 2026, evento globale storicamente in grado di catalizzare l'attenzione del pubblico e di rappresentare una fondamentale opportunità di comunicazione per i Brand.

«I grandi eventi sportivi costituiscono da sempre un potente driver per il nostro mercato», conclude Simone Branca. «Allo stesso tempo, riteniamo opportuno mantenere una vista prudente sul prosieguo dell'anno, alla luce del perdurare di un quadro geopolitico ed economico internazionale complesso che logicamente si riflette anche sulle dinamiche di investimento. In questo contesto, il ruolo delle concessionarie premium FCP-Assointernet resta centrale nel garantire qualità, affidabilità e soluzioni efficaci a supporto delle strategie di comunicazione dei Brand».

Milano, 3.6.2026