COMUNICATO STAMPA FCP-ASSORADIO

Gennaio-Settembre 2026

Gli investimenti pubblicitari radiofonici rilevati nell'ambito dell'**Osservatorio Fcp-Assoradio,** coordinato dalla società **Reply,** hanno registrato nel periodo gennaio-settembre **2026** il **- 3,6%,** con il dato di settembre che si è attestato al **– 6,1%.**

L'analisi merceologica relativa ai primi nove mesi dell'anno conferma come principali investitori del media radiofonico i comparti distribuzione e telecomunicazioni. In termini di crescita degli investimenti rispetto al medesimo periodo dello scorso anno, si distinguono in particolare i settori farmaceutici, edilizia, gestione casa e toiletries.

Il commento della Presidente Monica Gallerini

«*Anche all'interno di uno scenario economico che richiede alle aziende rigore e scelte di investimento sempre più mirate, il mercato della comunicazione ha davanti a sé una straordinaria opportunità: puntare con decisione sulla forza della Radio. Parliamo di una leva ad altissima efficienza che unisce costi di accesso competitivi a coperture capillari, elevate frequenze di contatto e un eccellente ritorno sugli investimenti, confermandosi l'alleato vincente per valorizzare ogni euro investito.*

È esattamente ciò che è emerso con forza durante l'evento RadioPLUS+ — "Fake or fact? Sfatiamo i falsi miti sulla radio" — che abbiamo celebrato lo scorso 22 ottobre al Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia di Milano insieme al Politecnico. Numeri alla mano e con ricerche oggettive, abbiamo mostrato tutta la modernità di un mezzo multidevice, centrale nella vita quotidiana delle persone e capace di coinvolgere con grande intensità soprattutto i target più giovani e dinamici. La radio garantisce ascolti reali, una relazione di autentica fiducia con gli ascoltatori e un rapporto costo-contatto imbattibile: per chi vuole far crescere i propri brand con risultati concreti e misurabili, la radio è oggi una scelta strategica solida e lungimirante.».