



Aziende della  
Comunicazione  
Unite

# Stima degli Investimenti del Mercato Media 2023 - 2024

15 novembre 2023

**Federica Setti**

Portavoce Media Hub UNA

# Il Contesto



**FRAGILITA'**

# I mercati sono vulnerabili

2023 vs 2022 Variazione %

**PIL**

**Inflazione**

**Consumi**

Mondo



**+3,0%**

**+6,9%**

Euro Area



**+0,7%**

**+5,6%**

**+0,7%**

Italia



**+0,9%**

**+5,7%**

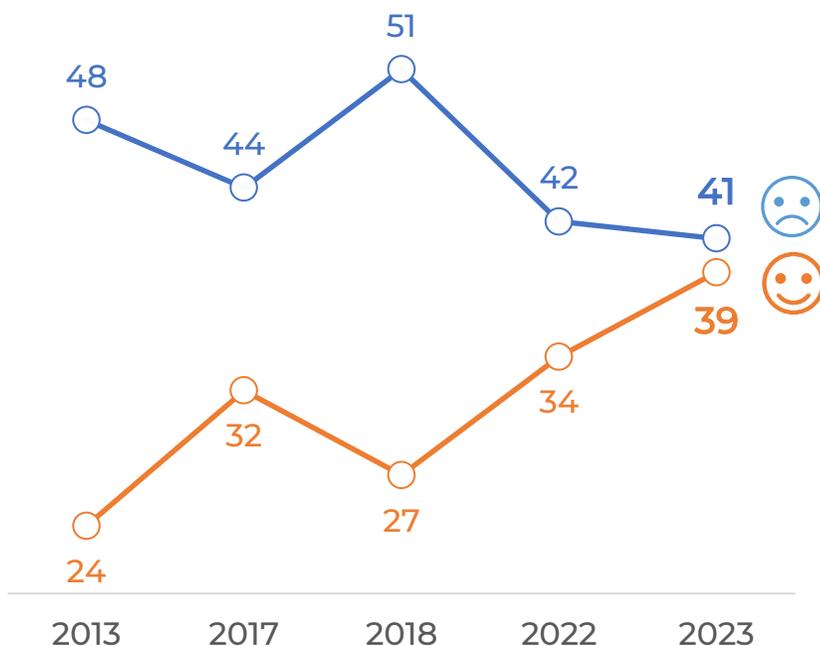
**+0,5%**

# I consumatori sono abbastanza sereni, ma crescono frustrazione e timore

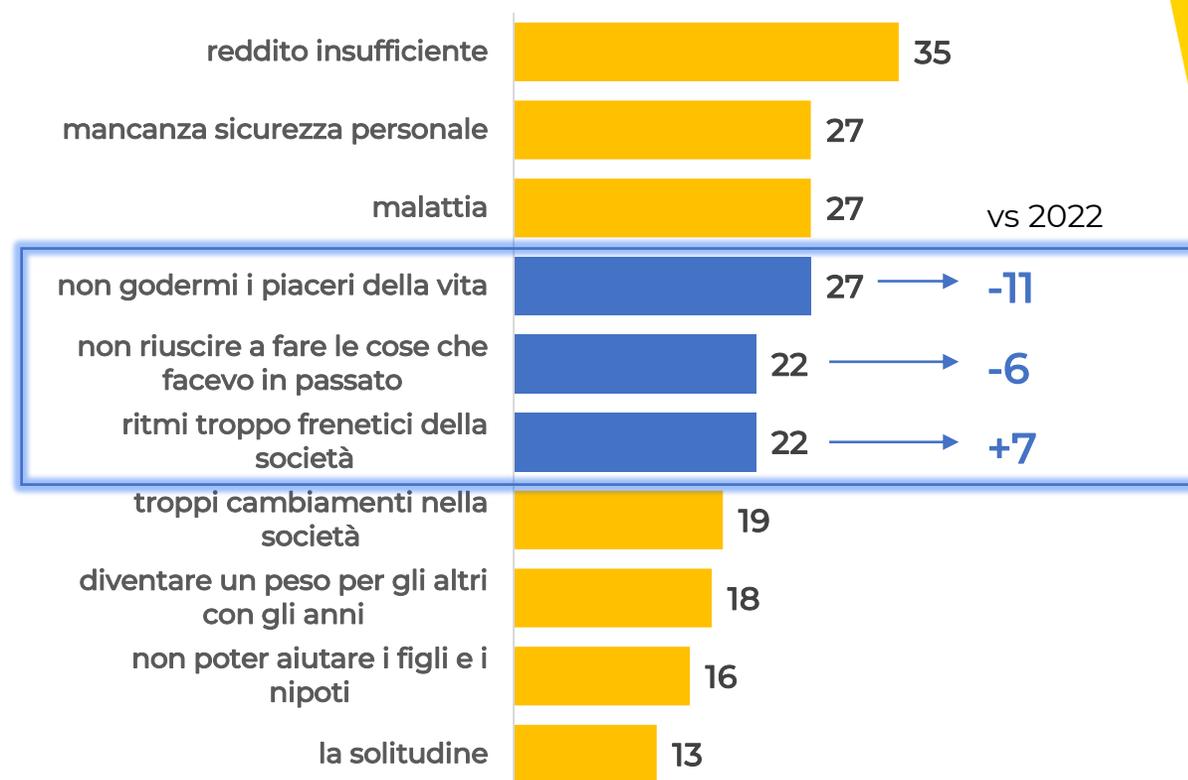


«Nel complesso, come vanno le cose in questo periodo?»

Trend% **FELICI** e **INFELICI**  
(20% né felice, né infelice)



«Quali sono le paure principali che caratterizzano questa fase della sua vita?»

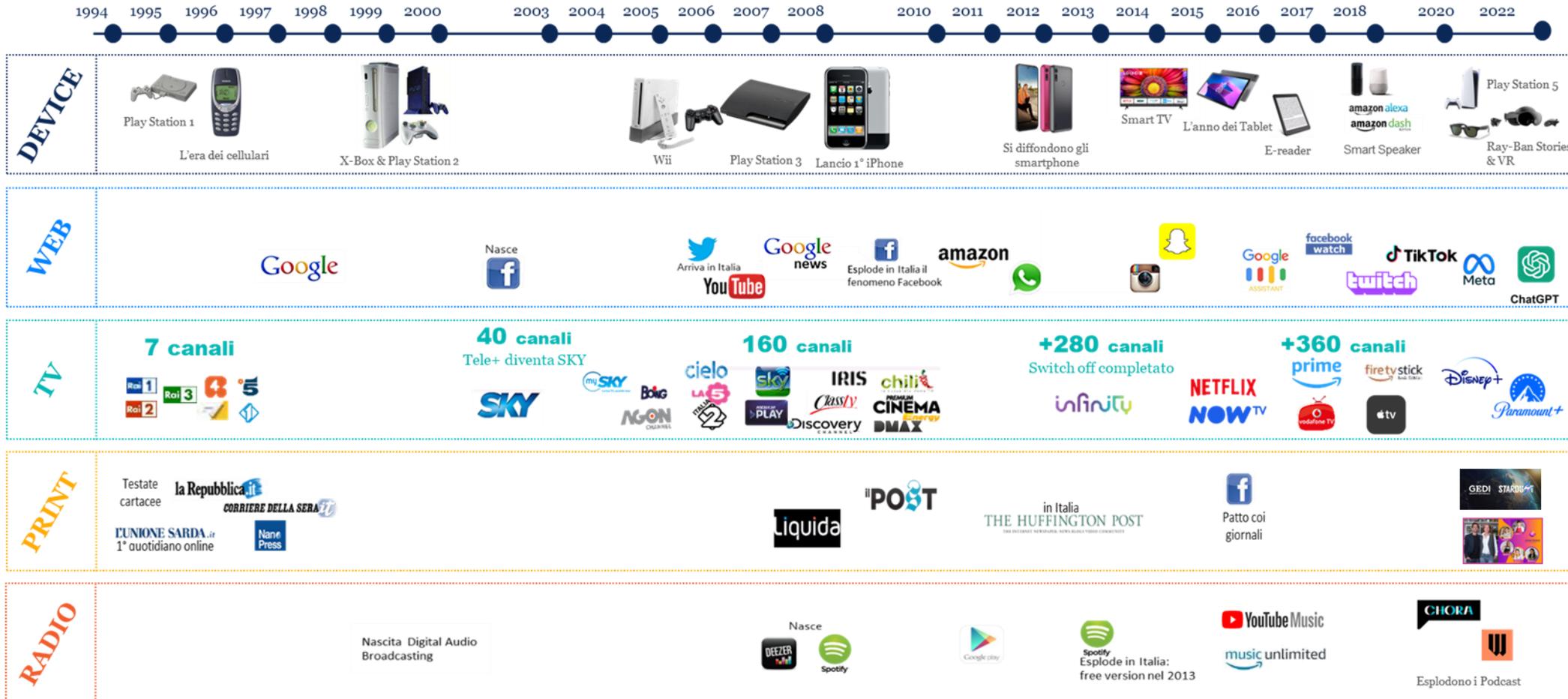


Fonte: Centro Studi UNA | UNA Media Hub su dati SWG

Fieldwork: 31 ottobre – 2 novembre 2023; cavi su un campione di 800 individui 18+ (rap pop.)

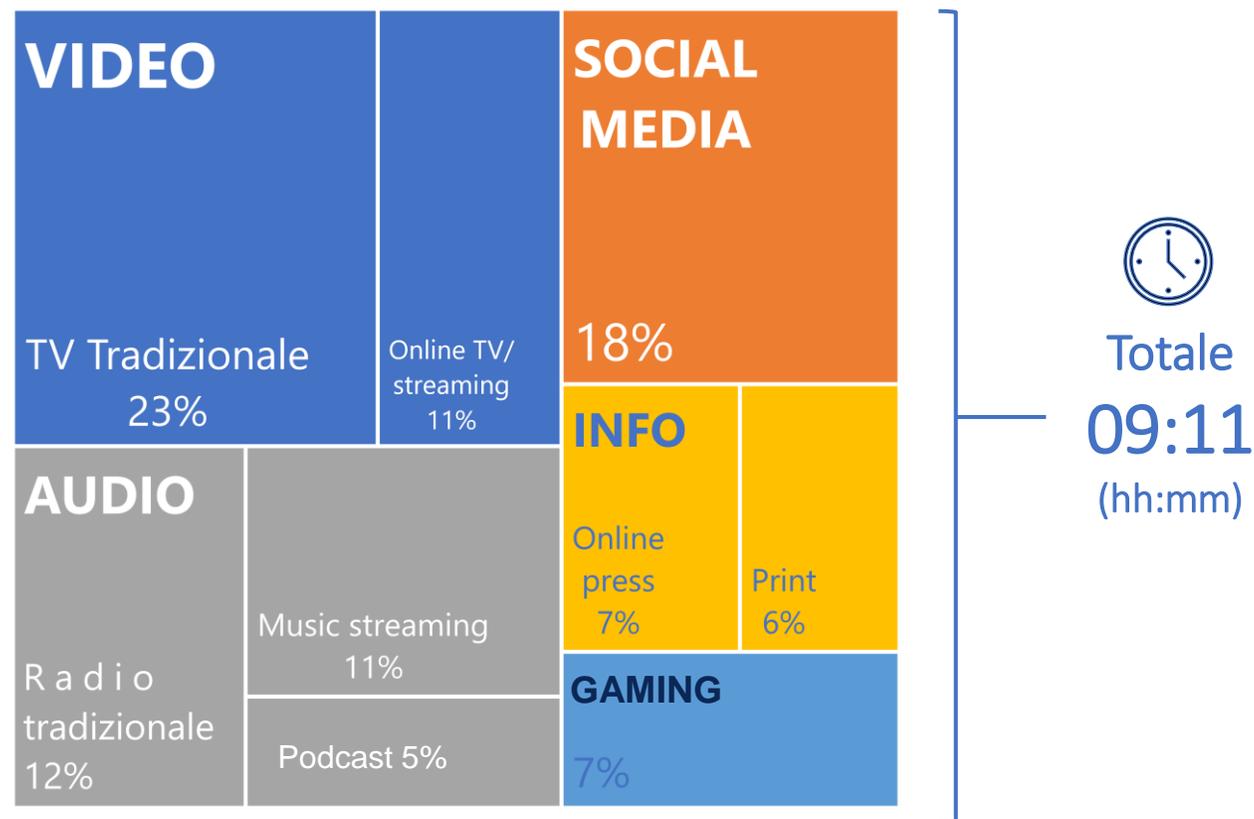
# Lo scenario media

# Il mercato dei media è in continuo fervore



# La dieta mediatica è sempre più ricca e varia

Tempo speso dichiarato sui mezzi **al giorno**  
(quota % - adulti 16-64 anni - H1 2023)

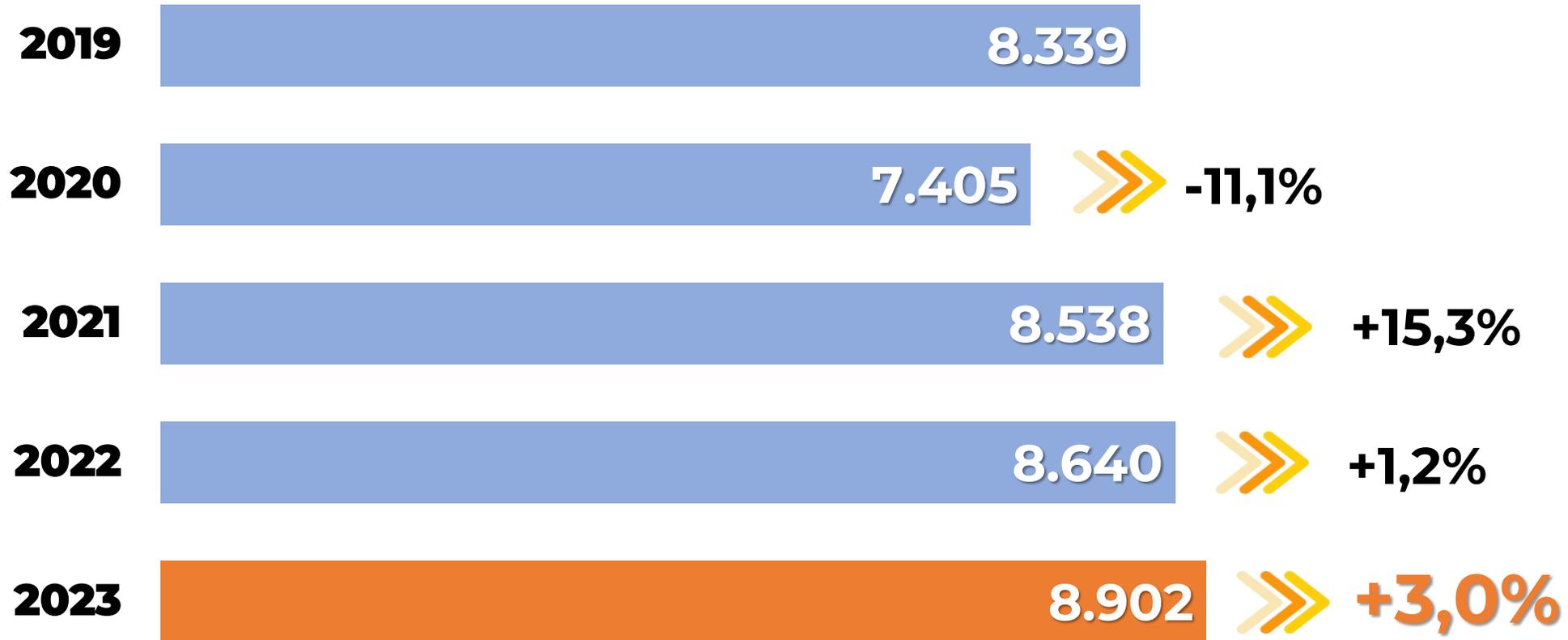


Fonte: Centro Studi UNA | UNA Media Hub

Elaborazioni su dati emarketer – Ottobre 2023 «In media quanto tempo passi al giorno sui seguenti mezzi?»

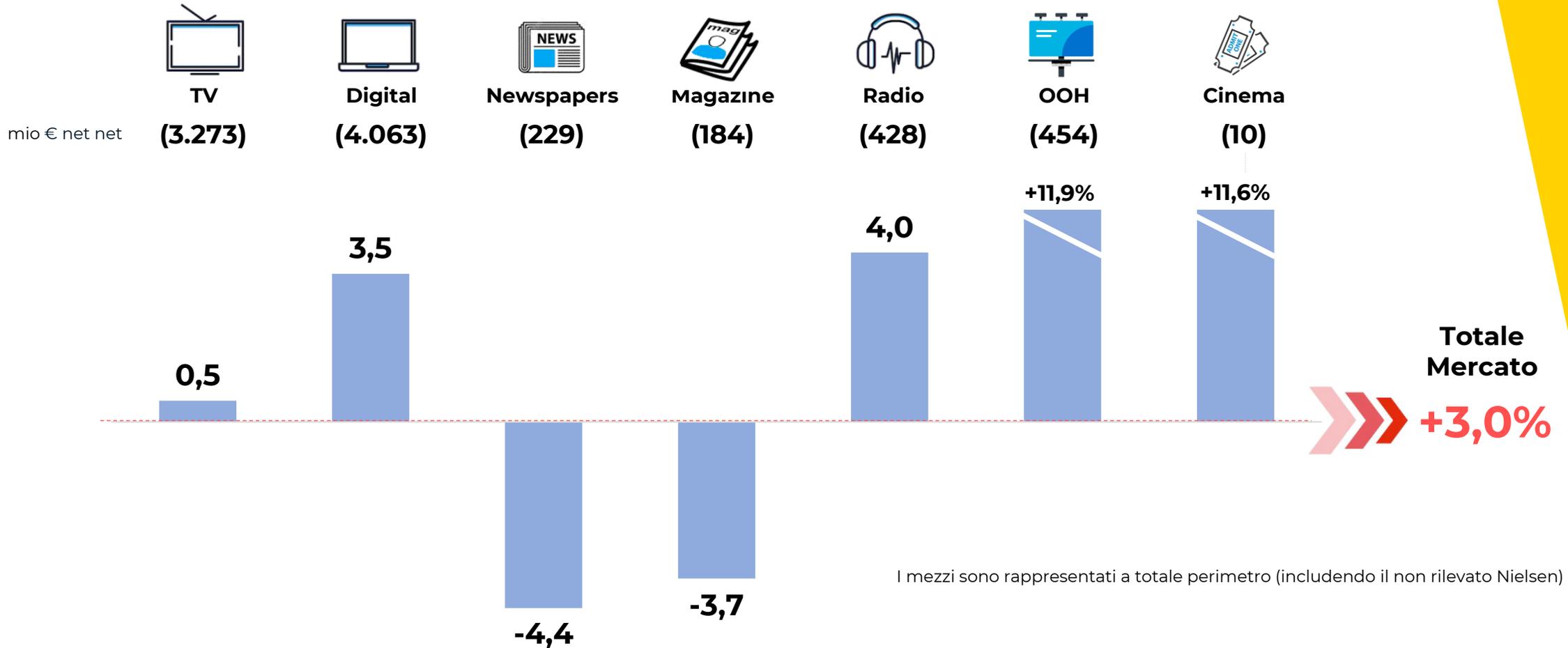
# **Gli effetti sul Mercato Pubblicitario**

# Il mercato pubblicitario è solido



# L'impatto sui mezzi

2023 vs 2022 Variazione %



I mezzi sono rappresentati a totale perimetro (inclusando il non rilevato Nielsen)

# Una fotografia più attuale: la Televisione si arricchisce di nuove componenti

Val € net net

TOTALE TV: **3,6** mld (+2.8% vs. 2022)

## TV LINEARE

**3,3** mld

## ADVANCED TV

**381** mio

Emissione lineare Broadcaster  
+ Calcio (Dazn e Prime)

**+0,5%** vs 2022

La TV Addressable e On Demand dei  
Broadcaster (1° e 2° screen)

Gli Streamer

Digital da CTV



# Advanced TV: un mercato giovane e in crescita



Valore  
(€ net net)



crescita



quota su TV



quota su Video  
(TV+VOL)

2022

2023

ADVANCED  
TV

295 mio

381 mio

+29 %

8,3%

10,4%

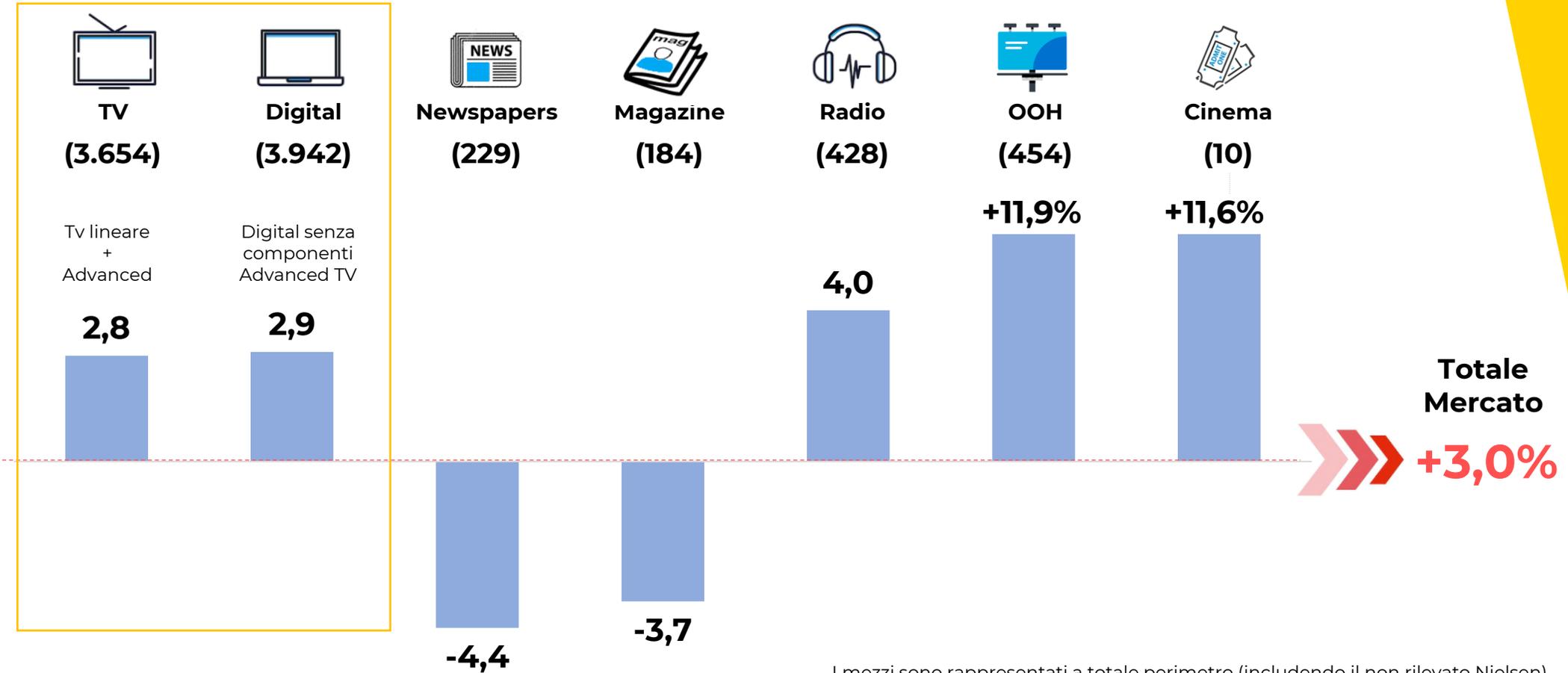
6,2%

7,8%

# L'impatto sui mezzi

2023 vs 2022 Variazione %

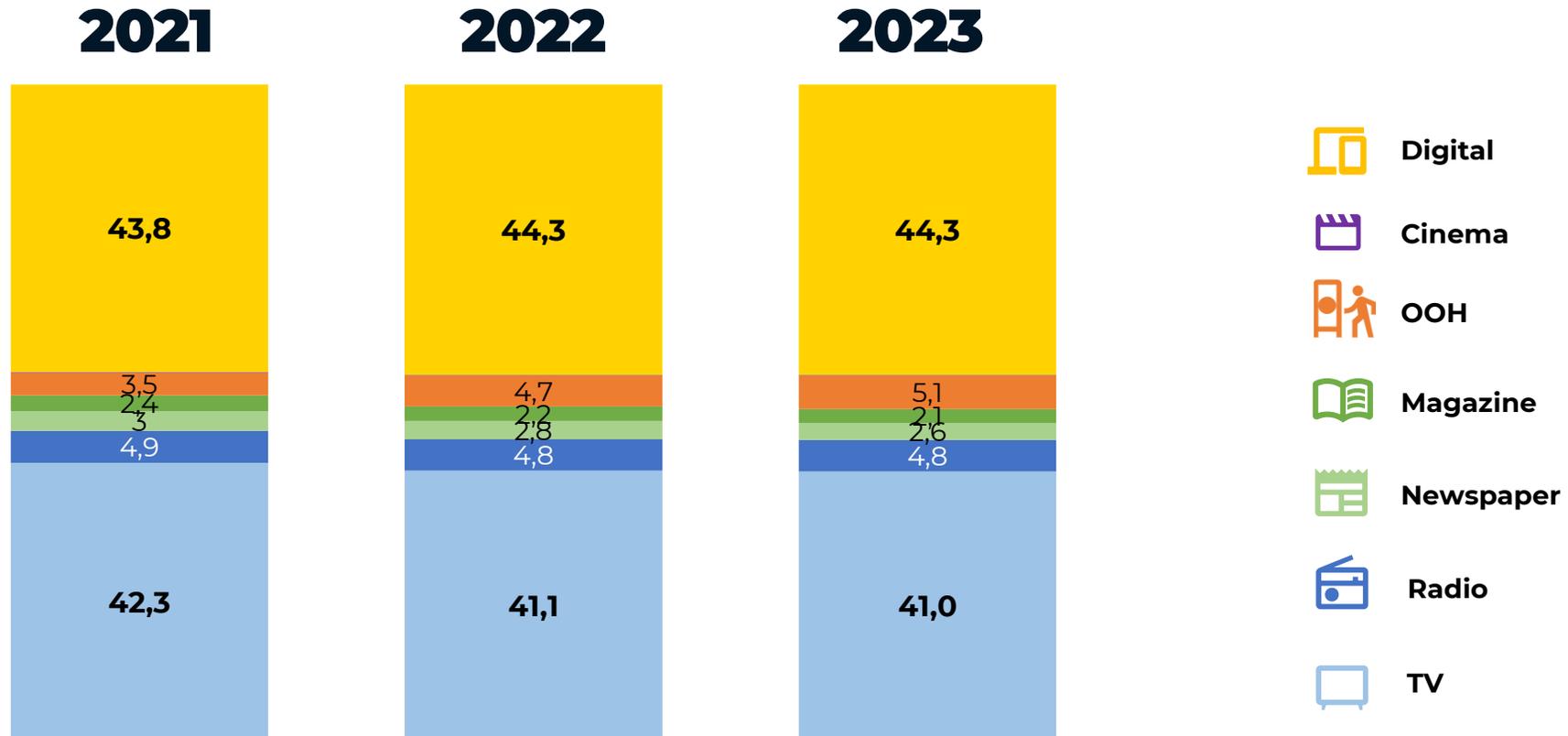
mio €  
net net



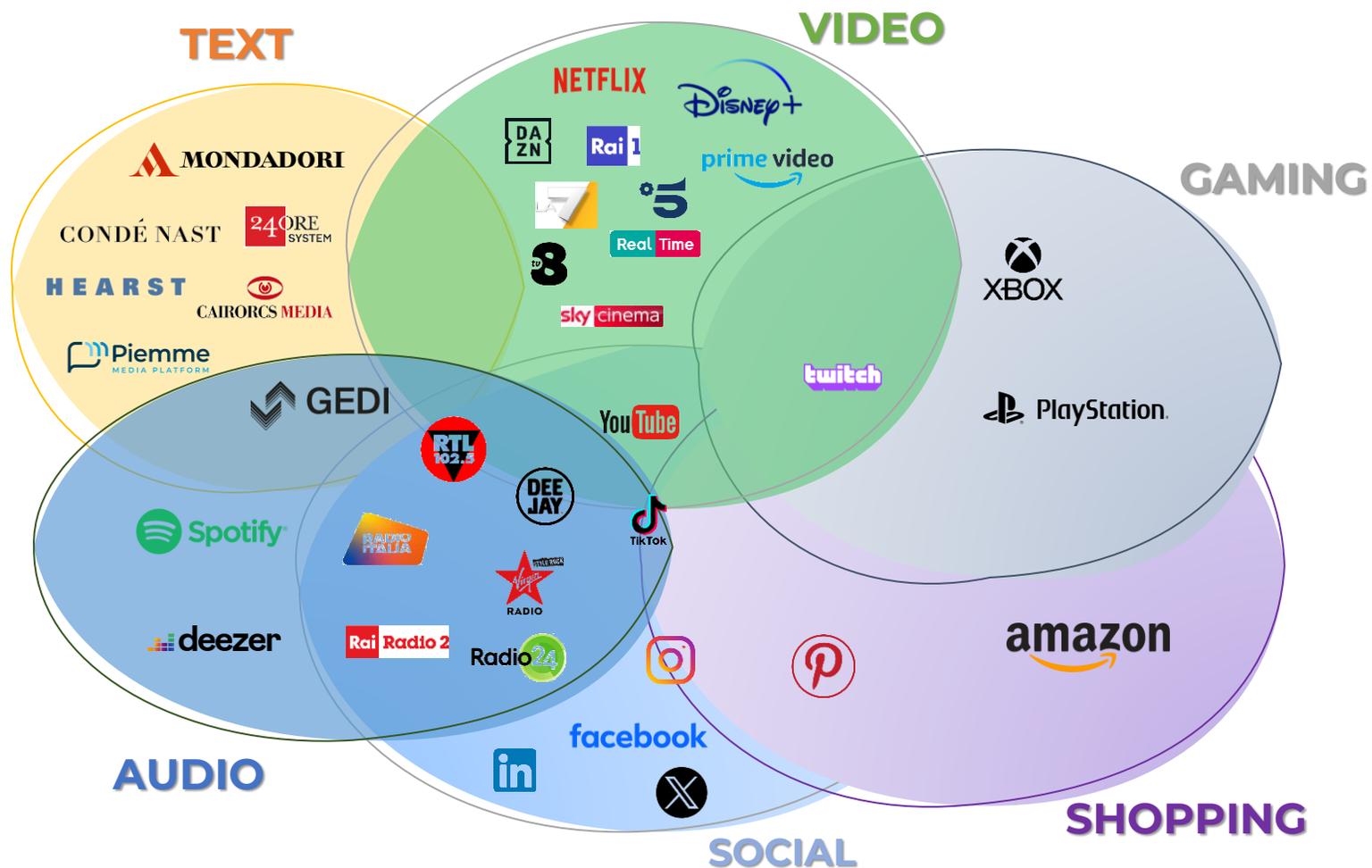
I mezzi sono rappresentati a totale perimetro (includendo il non rilevato Nielsen)  
Il valore della TV è comprensivo della componente lineare e dell'advanced tv

# L'evoluzione del media mix

Share % su valori **net net**

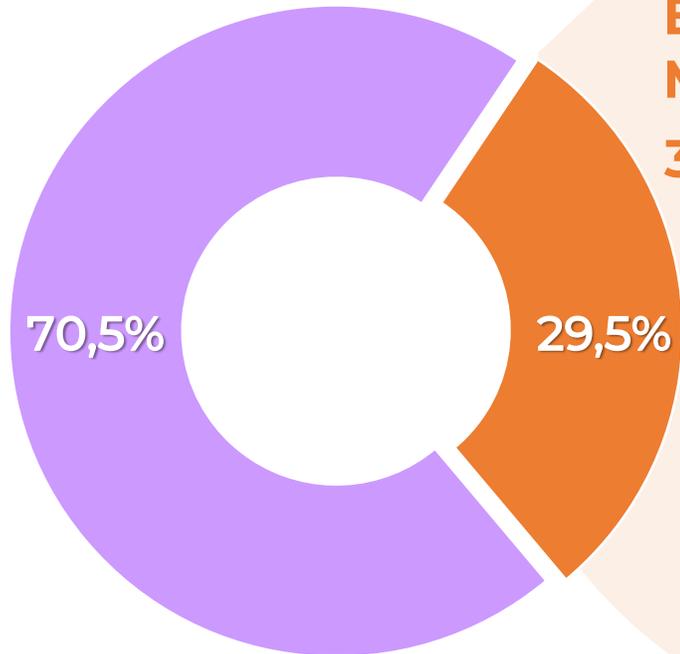


# Il Media blending ci impone di allargare lo sguardo



# Il Mercato oltre il media classico

## Mercato Adv tradizionale



**Experiential  
Market**  
3,7 miliardi €

share sul totale experiential market



50,6%

### SPONSORIZZAZIONE (Sponsorship):

Fonte: stime Una Media Hub su base dati Nielsen Sponsorship



20,9%

### EVENTI

Fonte: stime Una Media Hub su base dati Astraricerche



17,6%

### BRANDED CONTENT

Fonte: dati OBE – Osservatorio Branded Entertainment

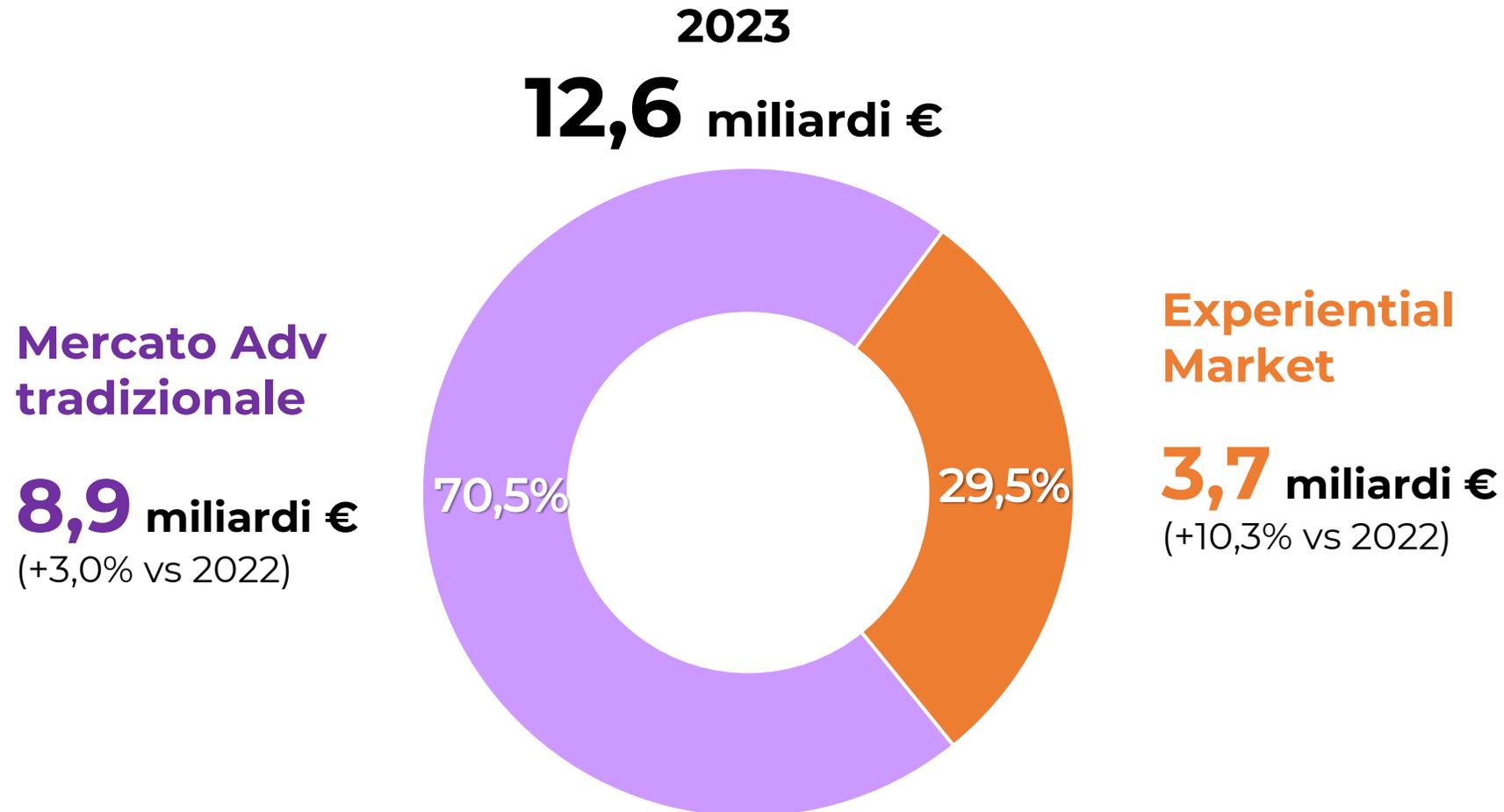


10,9%

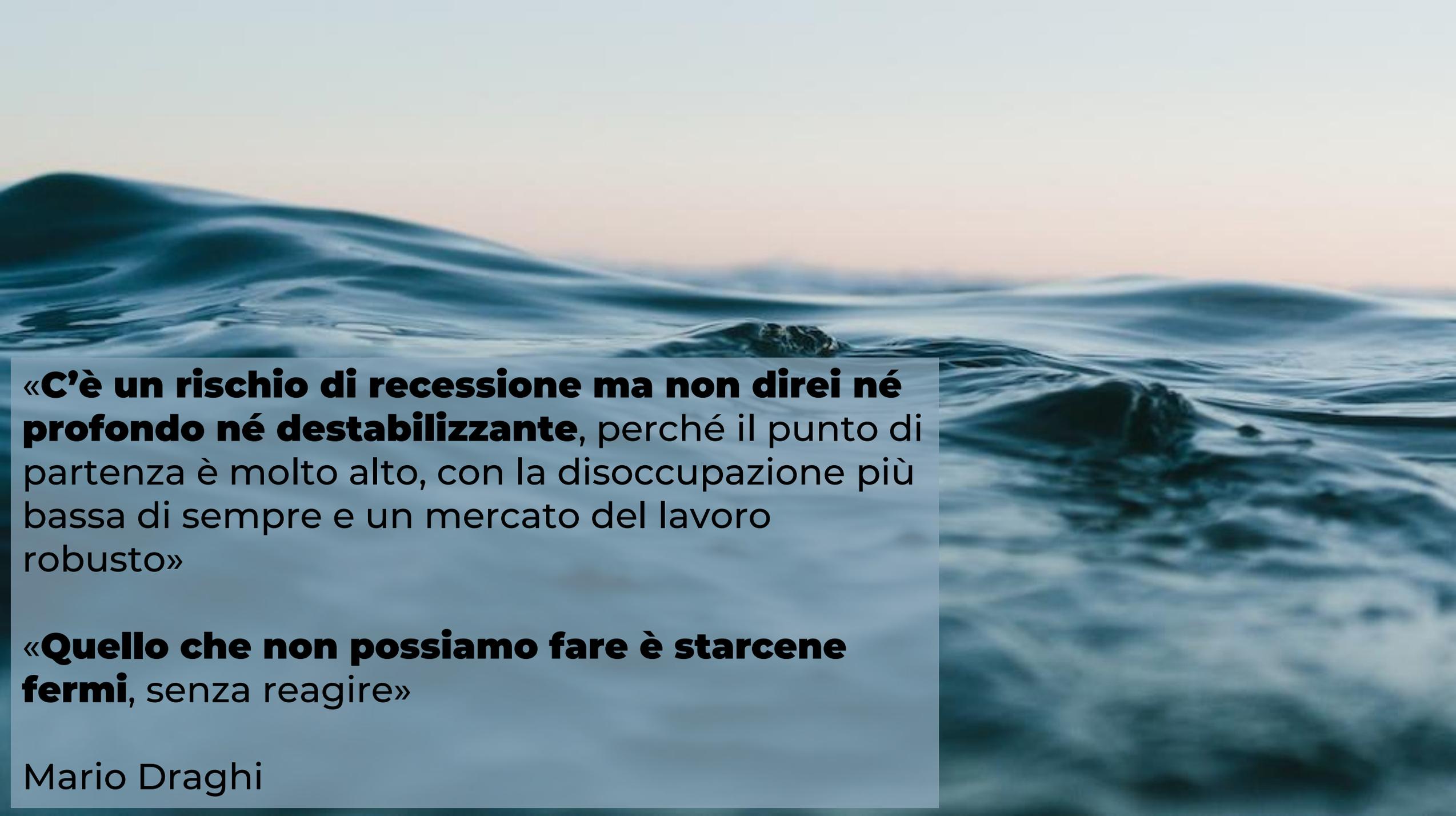
### INFLUENCER MARKETING

Fonte: Stime Una Media Hub

# Diamo una visione completa sul mercato della comunicazione



# Un primo sguardo al 2024



«**C'è un rischio di recessione ma non direi né profondo né destabilizzante**, perché il punto di partenza è molto alto, con la disoccupazione più bassa di sempre e un mercato del lavoro robusto»

«**Quello che non possiamo fare è starcene fermi**, senza reagire»

Mario Draghi

# Ancora tanta incertezza sui mercati

2024 vs 2023 Variazione %

**PIL**

**Inflazione**

**Consumi**

Mondo



**+2,9%**

**+5,8%**

Euro Area



**+1,2%**

**+3,3%**

**+1,6%**

Italia



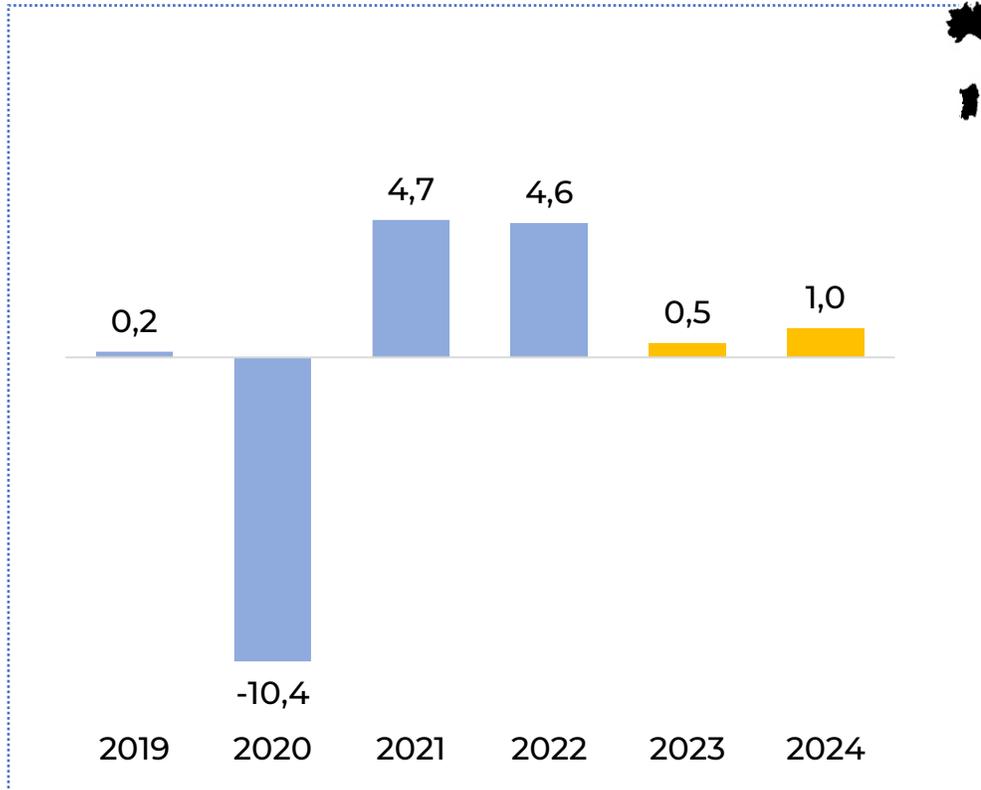
**+0,5/+0,8%**

**+2,5%**

**+1,0%**

# La preoccupazione più sentita è la tenuta dei consumi

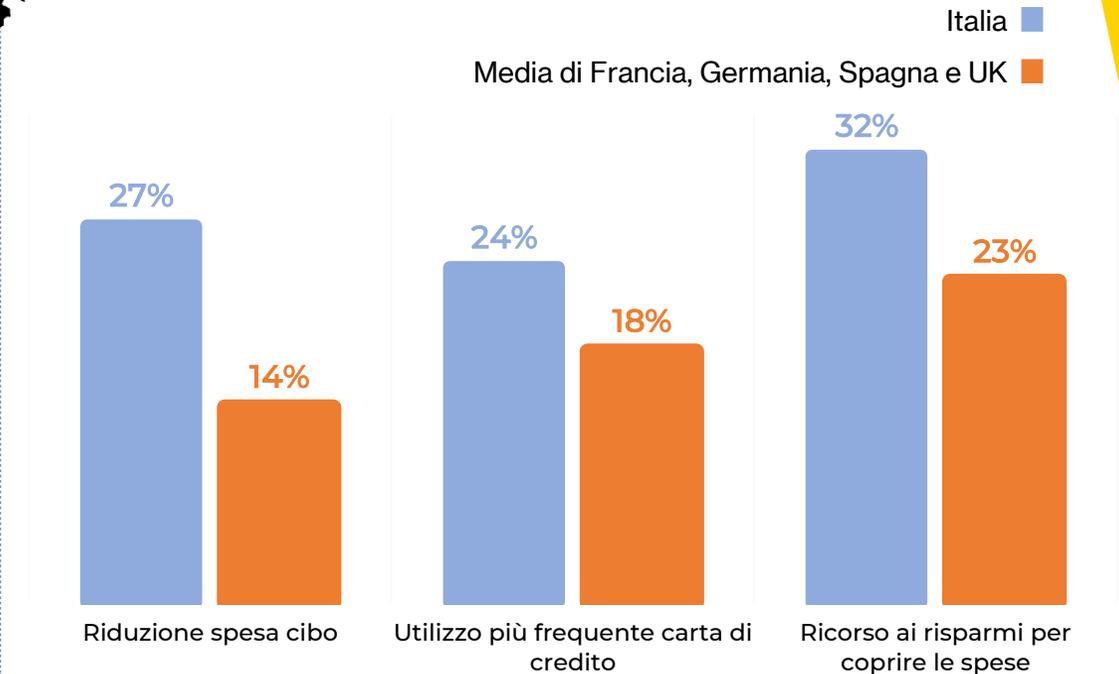
Consumi  
(var% YoY)



Si riduce il risparmio

«Azioni messe in atto per salvaguardare il potere di acquisto»

(% campione su popolazione - fonte McKinsey)



# 2024: un anno di Eventi e di tenuta di alcuni Big Spender

## Europei di Calcio in Germania



## Olimpiadi estive in Francia



## Big Spender



**Automotive**



**FMCG**



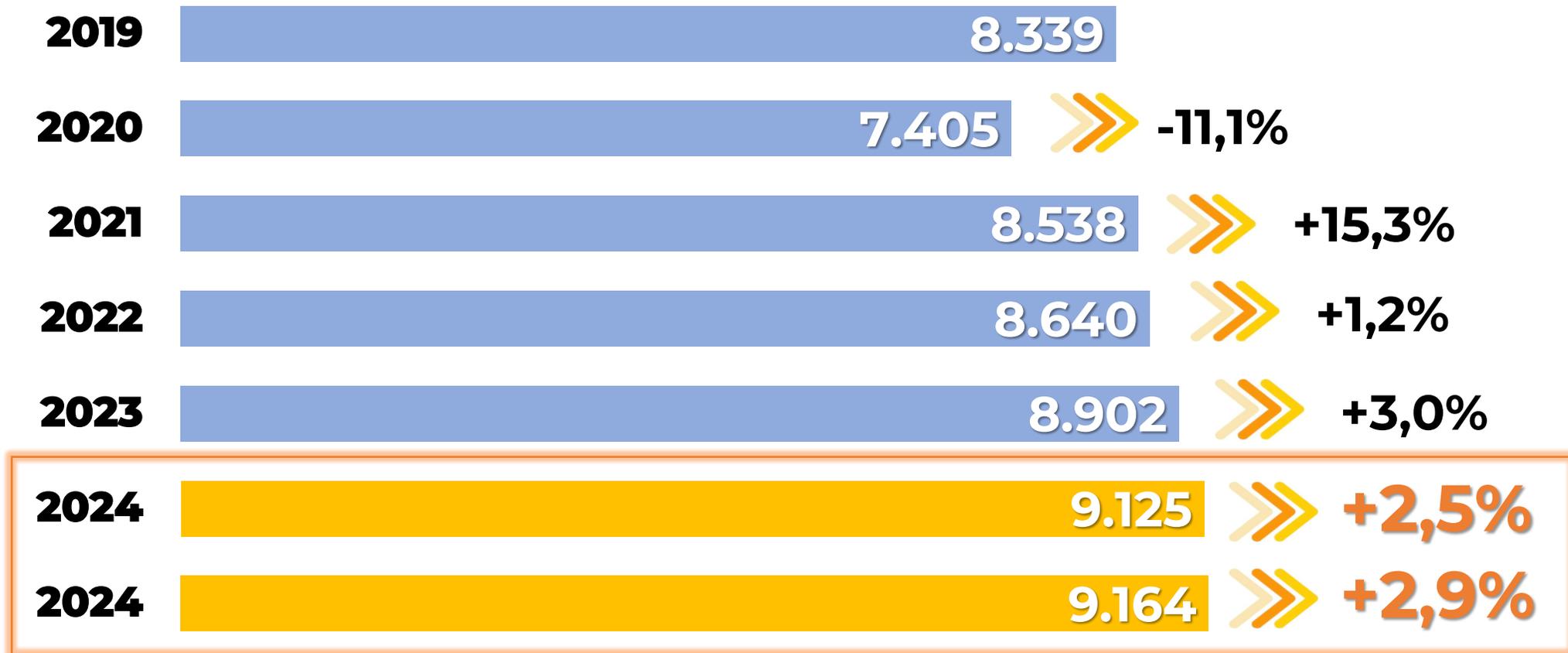
**Turismo**



**Media  
Entertainment**

# Le nostre previsioni

Valori in milioni di euro **net net**



# Il lavoro del Media Hub in costante evoluzione

## Oggi



- ✓ Valorizzazione Mercato **net net**
- ✓ Rivalutazione **Perimetro**  
TV → TV lineare + Advanced TV  
Digital → OTT e coda lunga (SB)  
OOH → 100%
- ✓ Valorizzazione **Experiential Market**

## Domani



- ✓ **Audio**
- ✓ **Video**
- ✓ **Testo**



Aziende della  
Comunicazione  
Unite

# Grazie per l'attenzione!

A cura del

**Centro Studi UNA**  
**Media Hub UNA**

*UNA – Aziende della Comunicazione Unite*