



Aziende della
Comunicazione
Unitè

Brave New World

Il mercato pubblicitario: tra evoluzione e imprevedibilità

19 novembre 2025

Federica Setti

Portavoce Media Hub UNA



**“O brave new
world, that
has such
people in't!”**

William Shakespeare, *La Tempesta*



Guerre



Economia

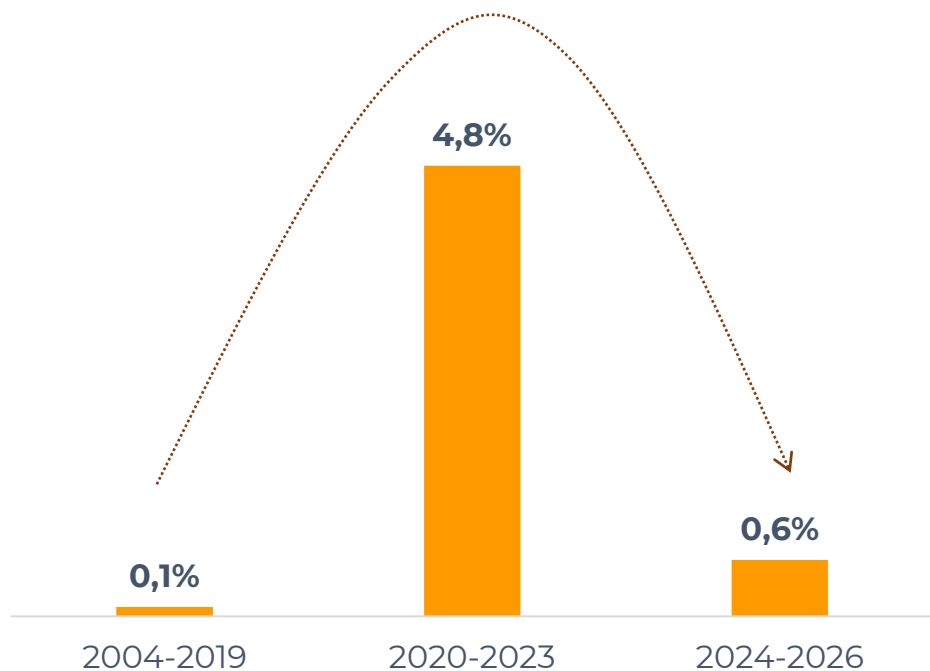


Clima

Economia italiana: luci e ombre della ripresa

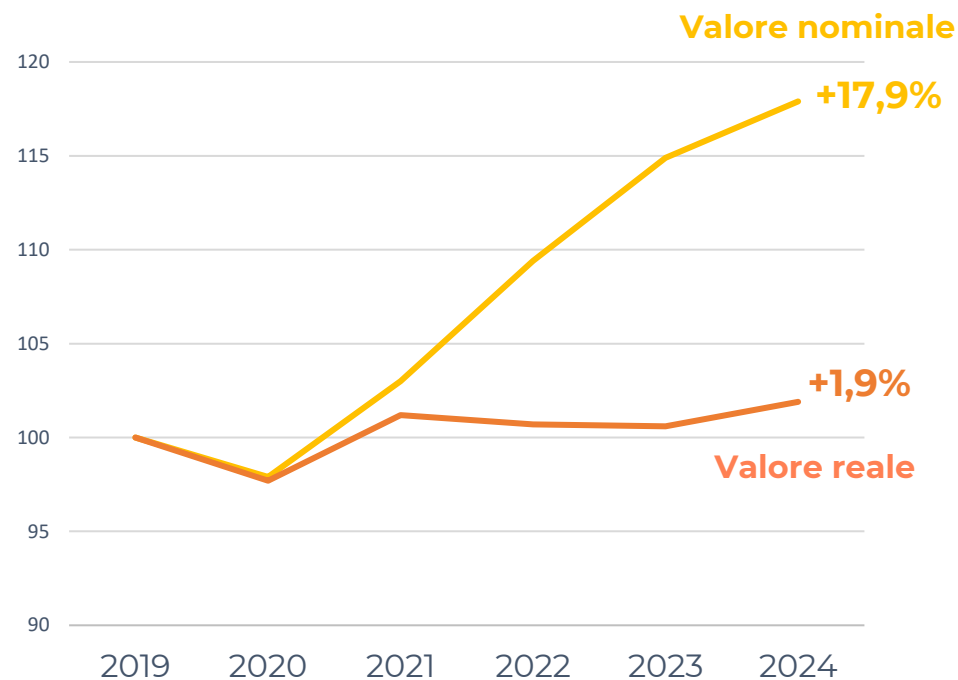
PIL: il periodo d'oro è un ricordo

PIL, tasso di crescita annuo composto
Valori %



REDDITO: lavorare di più non basta

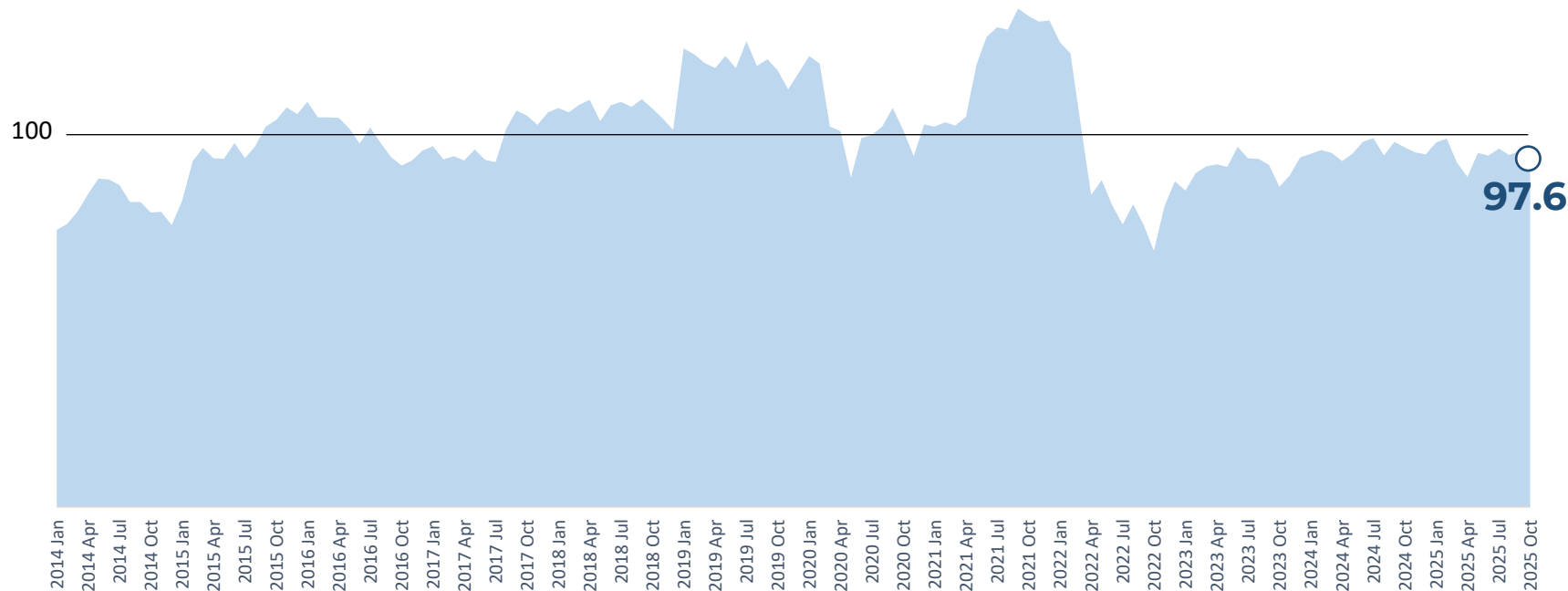
Reddito disponibile totale delle famiglie italiane
2019=100



L'ombra del domani: nel futuro degli italiani più preoccupazioni e meno fiducia

Consumer Confidence

(Index)



Pensando al futuro vs 2022



Mood positivi

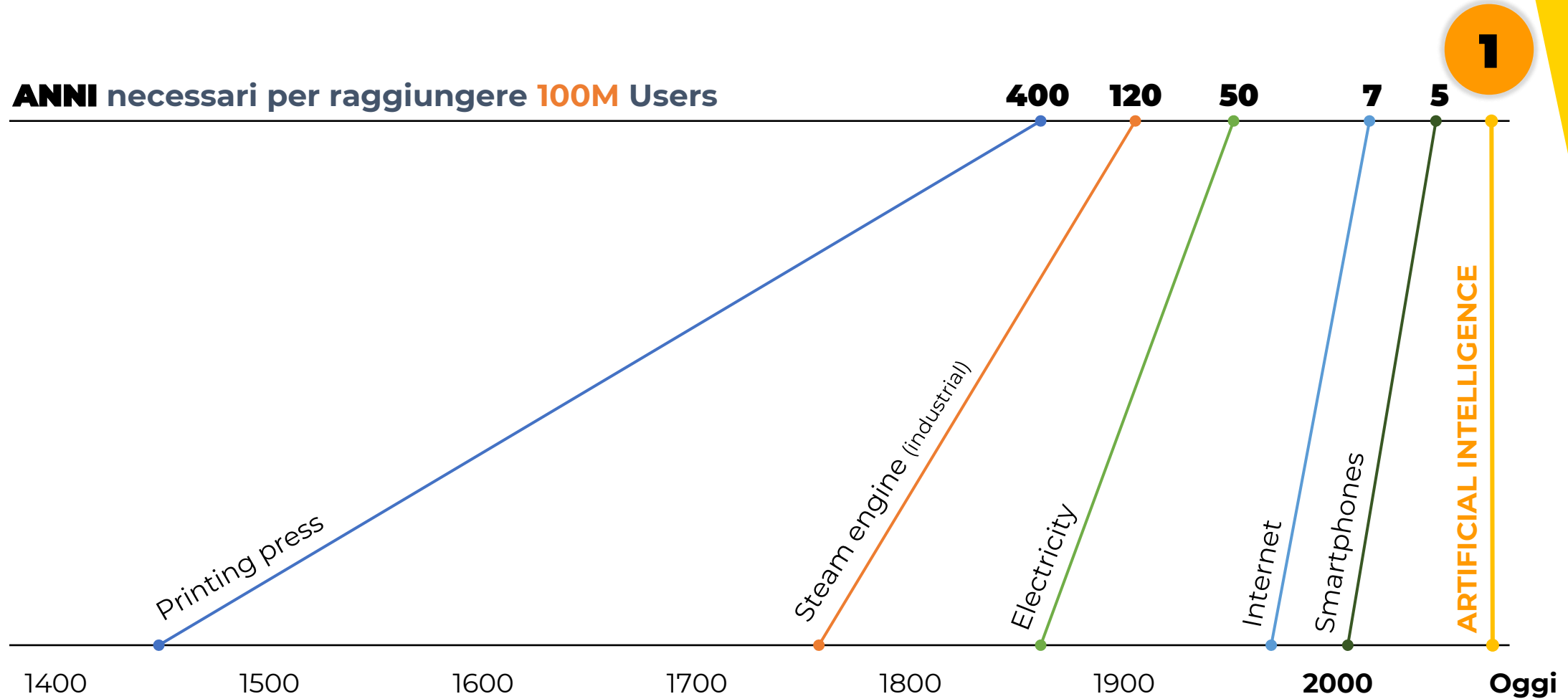
-9.2 mln persone



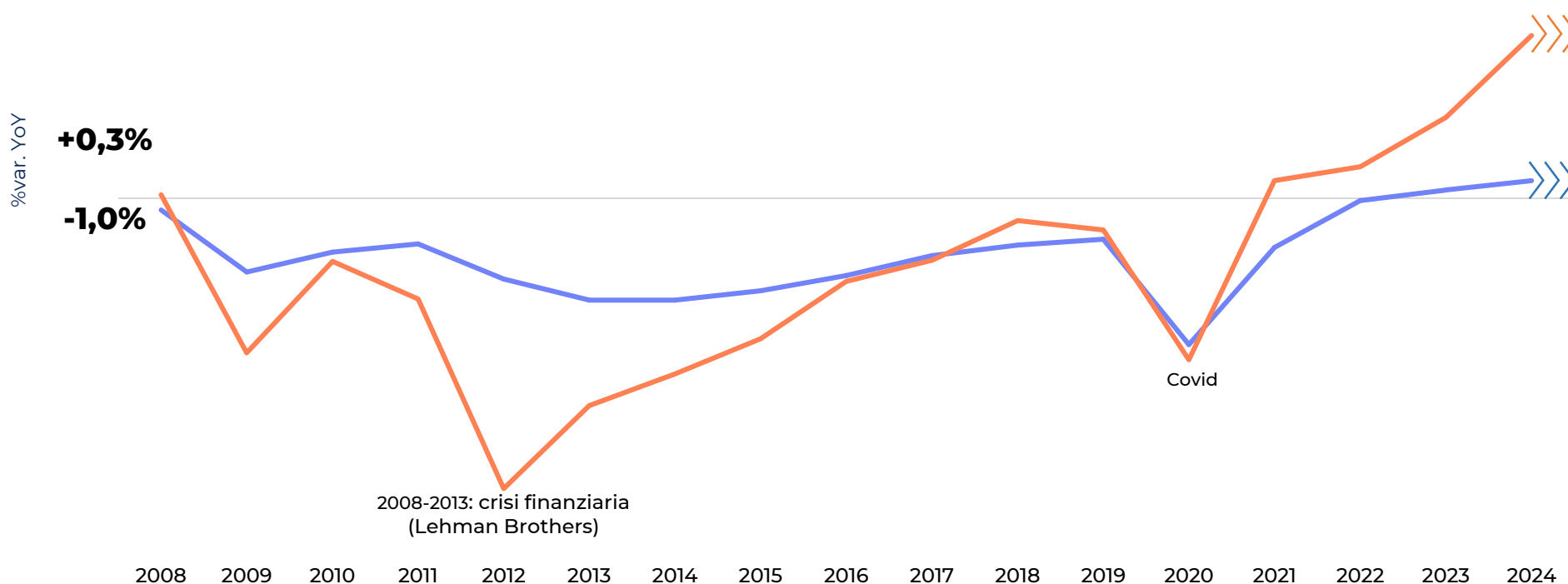
Mood negativi

+7,2 mln persone

Nel frattempo il mondo va avanti e l'AI batte il ritmo del cambiamento



Il Mercato Pubblicitario cresce dove l'economica fatica



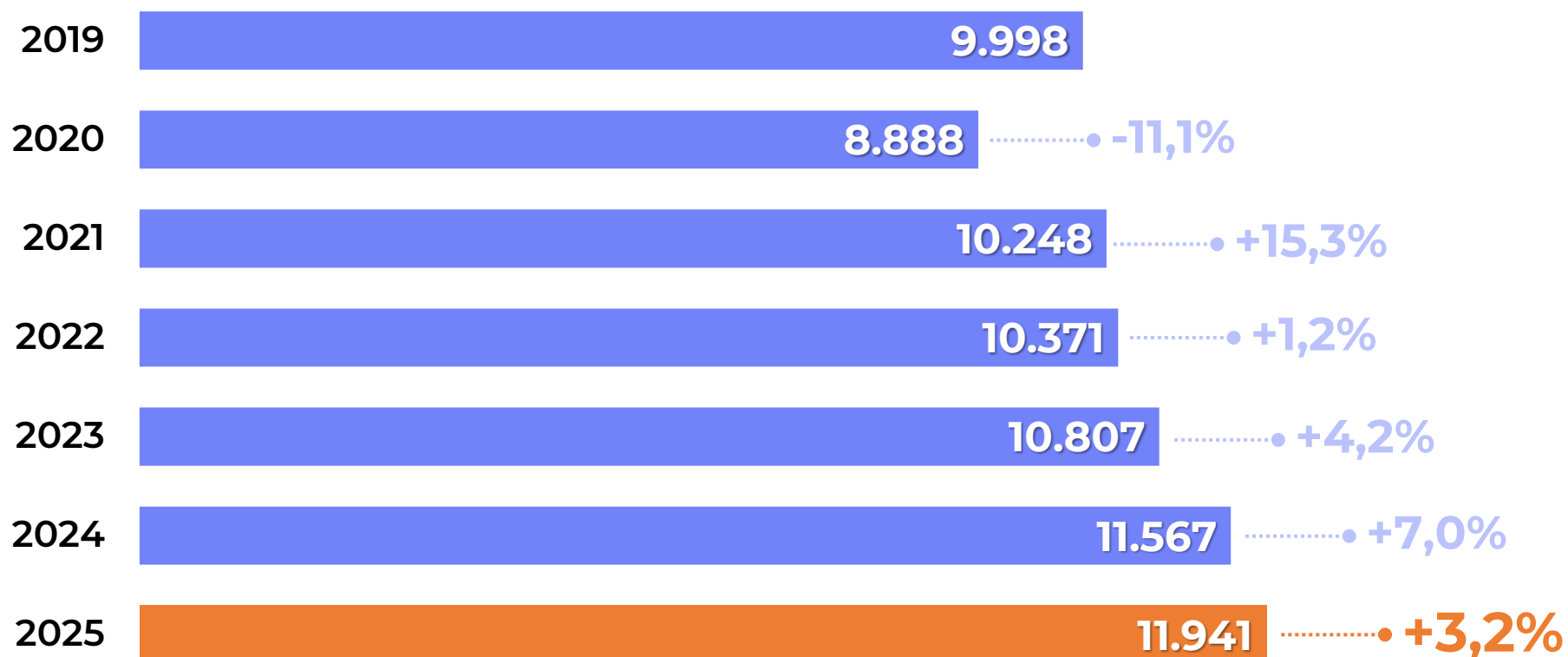
Dati 2024

+7,0%  **ADV**

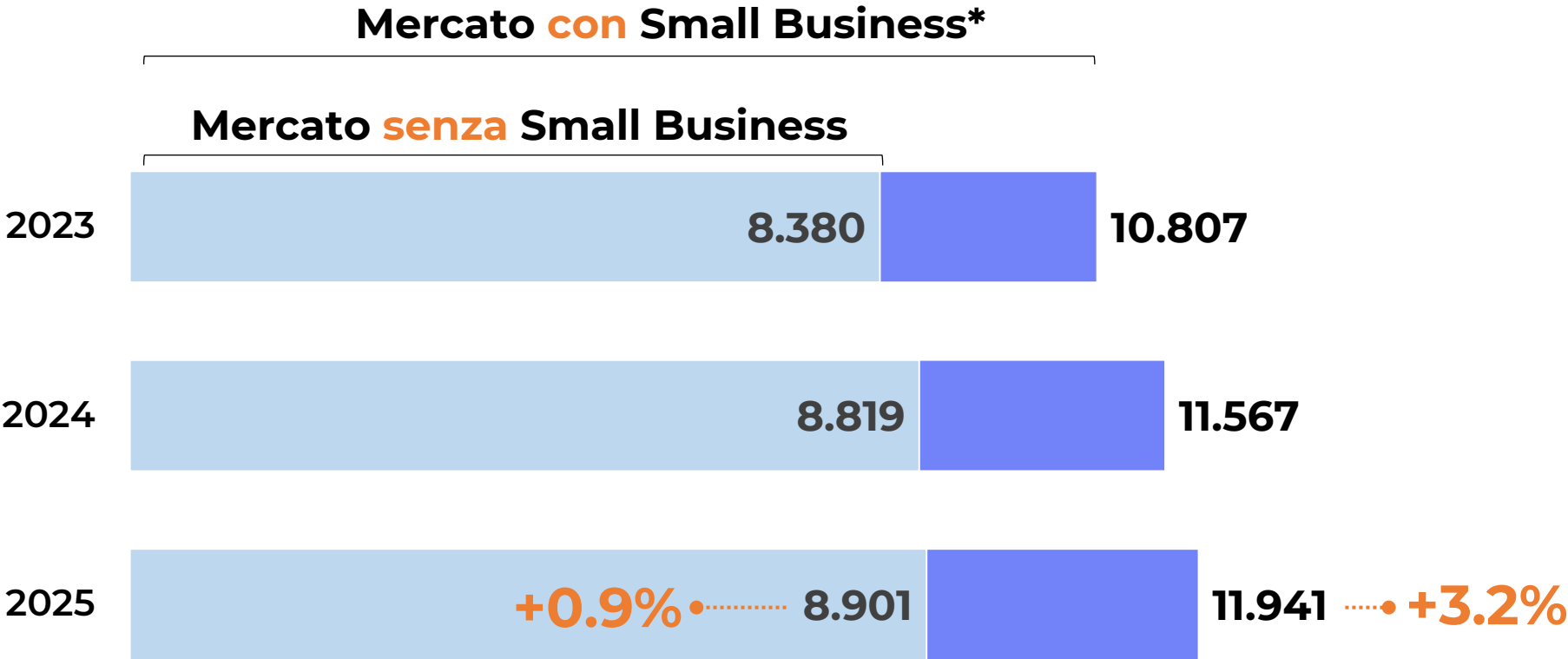
+0.8%  **PIL**

Fonte: UNA Media Hub su dati Istat (PIL) e stime UNA (Adv)

Il **2025** si chiude con **+370** mio €, nonostante la complessità del periodo



Il mercato pubblicitario tiene il passo, lo SB fa volare le piattaforme digitali



Quota SB
sul Mercato

Quota SB
sui GAMT

22%

57%

24%

58%

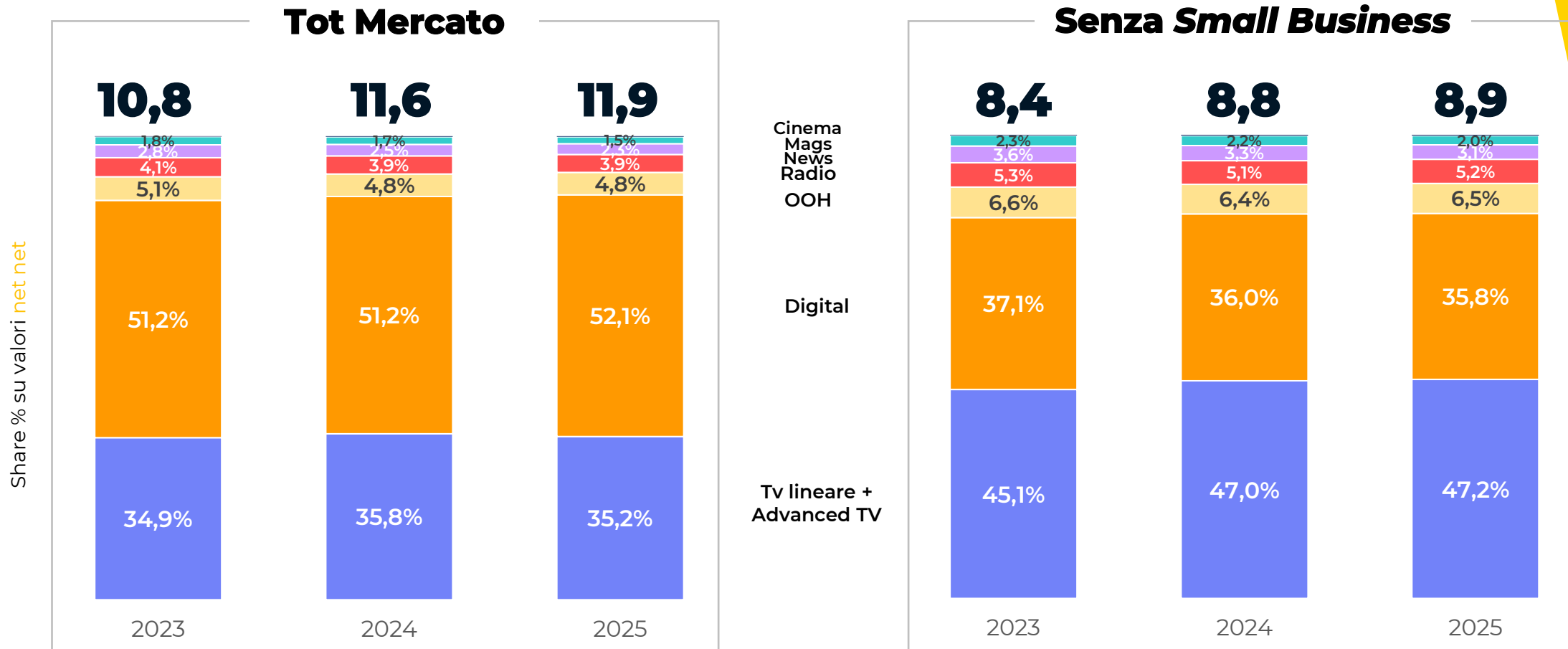
25%

59%

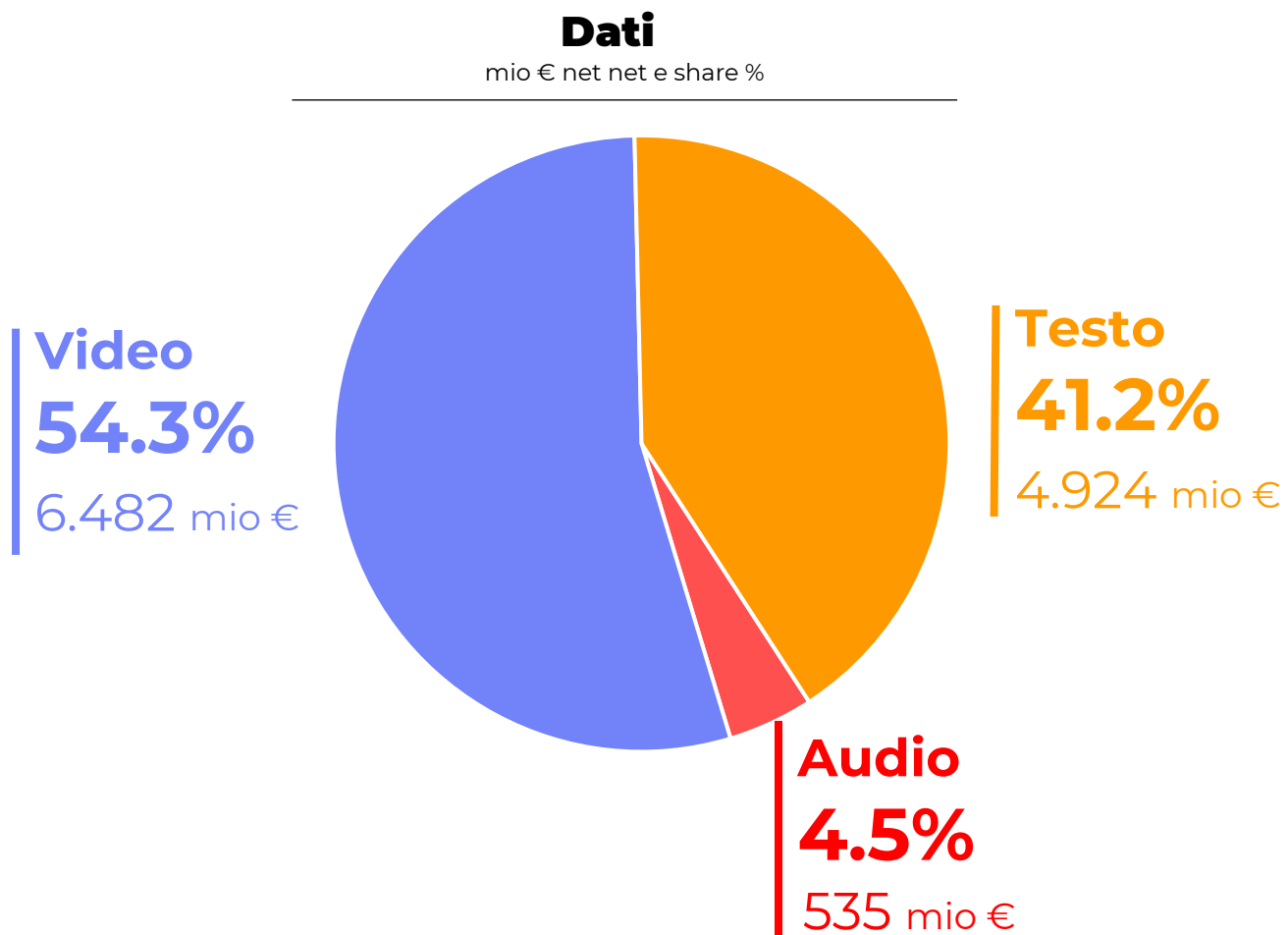
Fonte: UNA Media Hub

* Lo Small Business comprende tutte le piccole e micro imprese che investono sul Mercato. Vengono definite da Istat aziende con meno di 50 dipendenti e sono il 95% del tessuto produttivo italiano

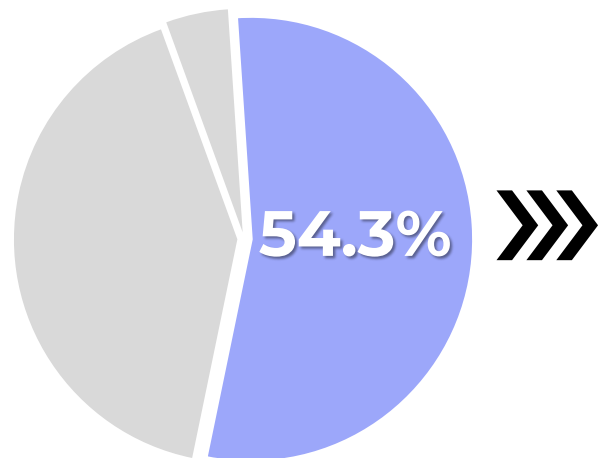
Lo Small Business è centrale per il Digitale, ma in un mercato senza, si ribilanciano i rapporti di forza



I Formati riscrivono l'identità di media sempre più ibridi



Video: La TV resta la componente dominante



Breakdown



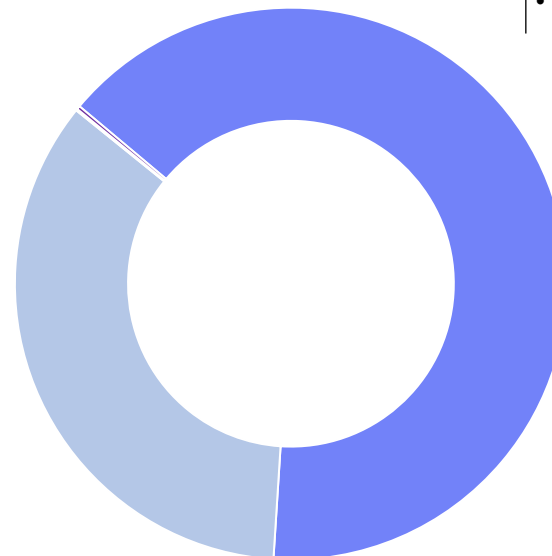
VOL

34.8%

(2.254 mio €)

+11.9% vs 2024

VOL senza componenti Advanced TV



Complemento a 100 (24 mio)

- Video OOH 0,2%
- Cinema 0,1%

TV



64.9%

(4.203 mio €)

+1.5% vs 2024

TV Lineare + Calcio su
Piattaforme + Advanced

La TV si trasforma: la Lineare è resiliente, l'Advanced vola grazie a un'offerta sempre più vasta

TV LINEARE

3.530 mio

Emissione lineare Broadcaster + Calcio
(Dazn e Prime)

-1,3%
vs 2024

ADVANCED TV

673 mio

53%

Broadcaster
(Addressable & On demand - 1° & 2° screen)

+19,7%
vs 2024

11%

Streamer
(1° & 2° screen)

+34,1%
vs 2024

36%

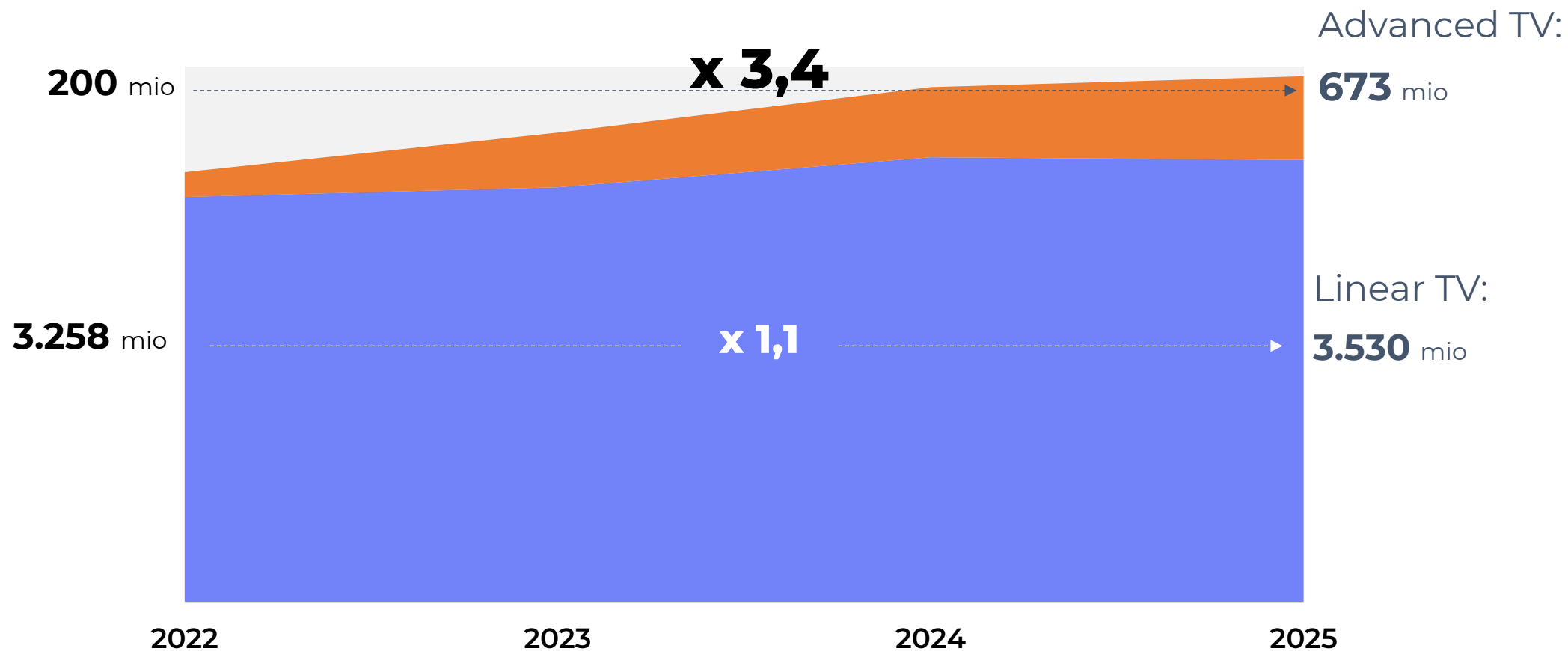
YouTube
(1° screen)

+15,0%
vs 2024

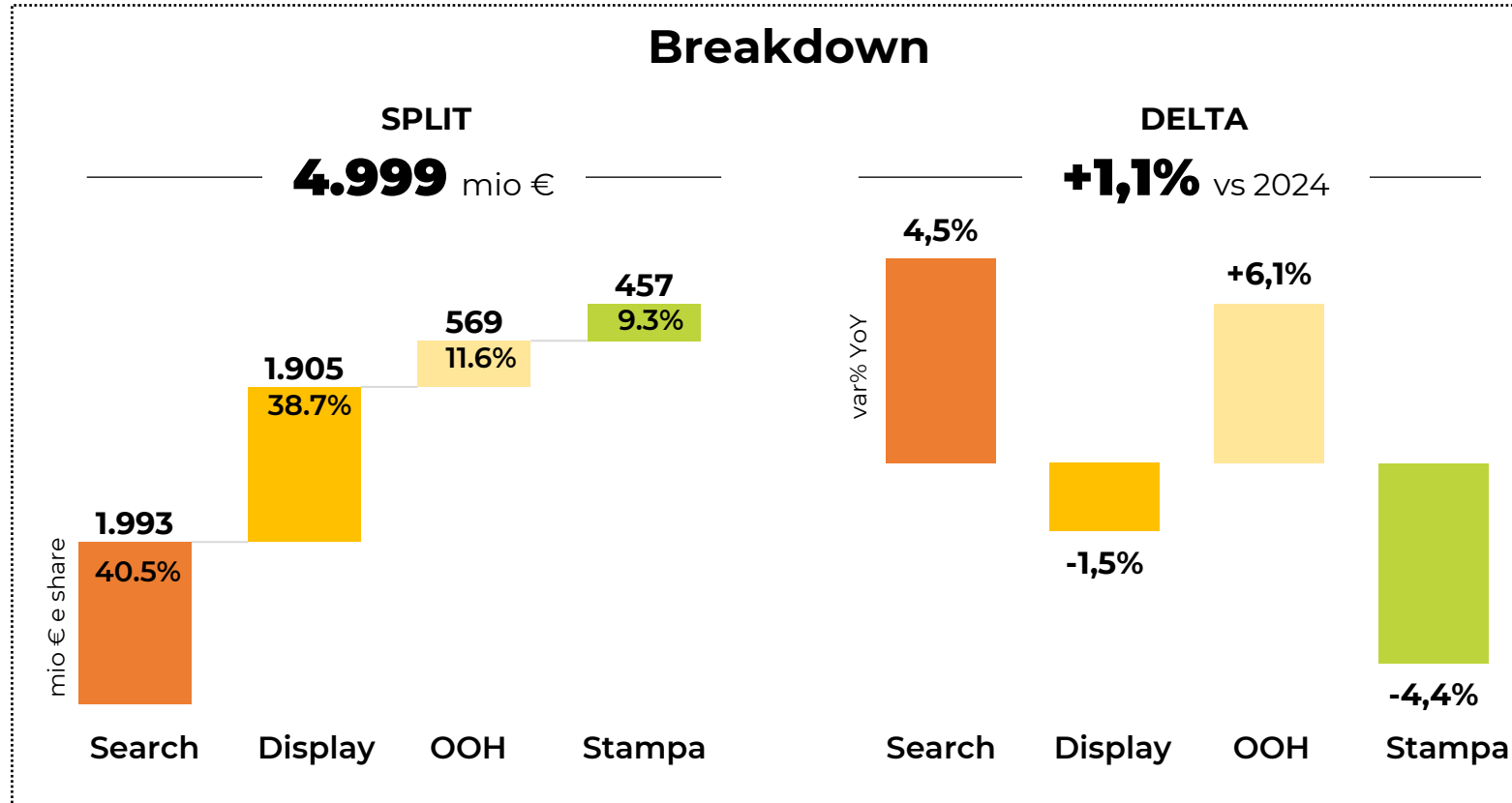
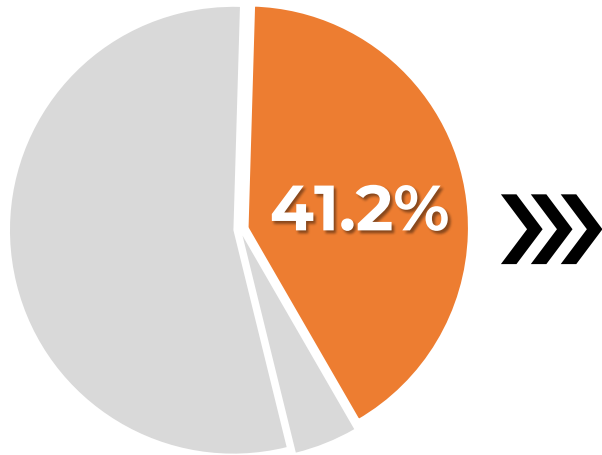
Quote su Totale
Advanced TV



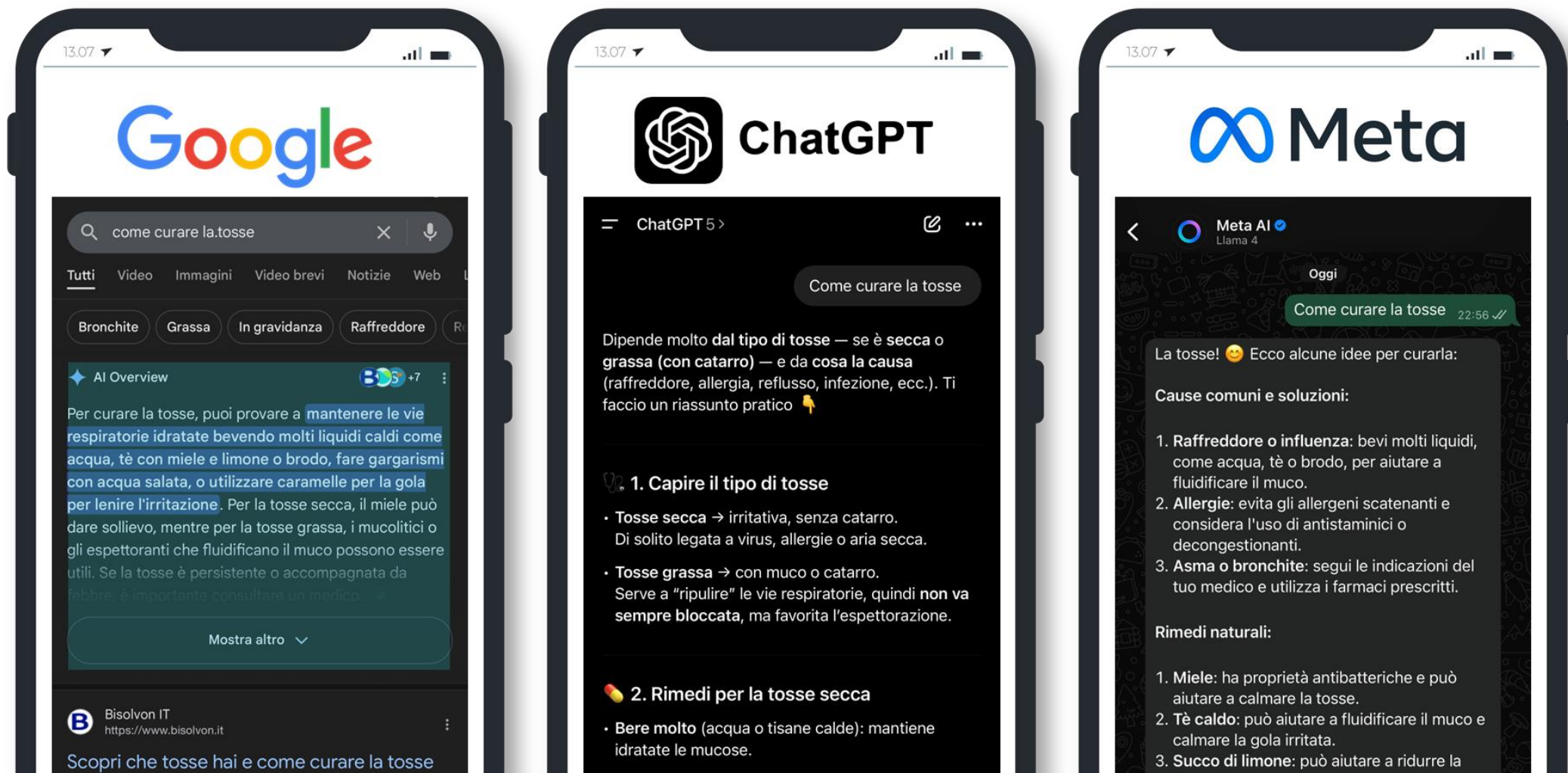
L'Advanced mostra un ritmo di crescita più sostenuto rispetto alla TV Lineare



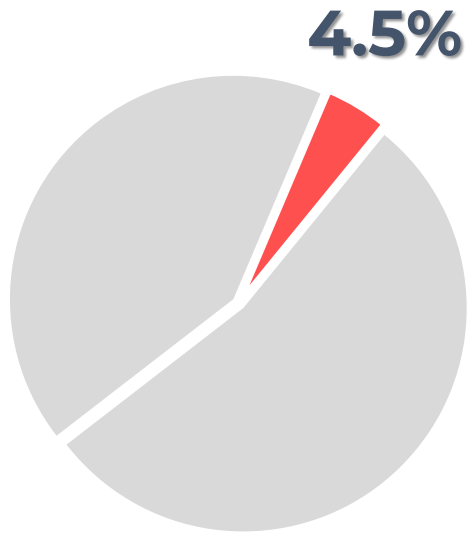
Nella componente Testo, invece, la Display e la Search rappresentano ormai l'80% di quota



Search: da monitorare con l'arrivo dell'AI



Audio: Radio al centro, ma una forte spinta comincia ad arrivare dal Digitale



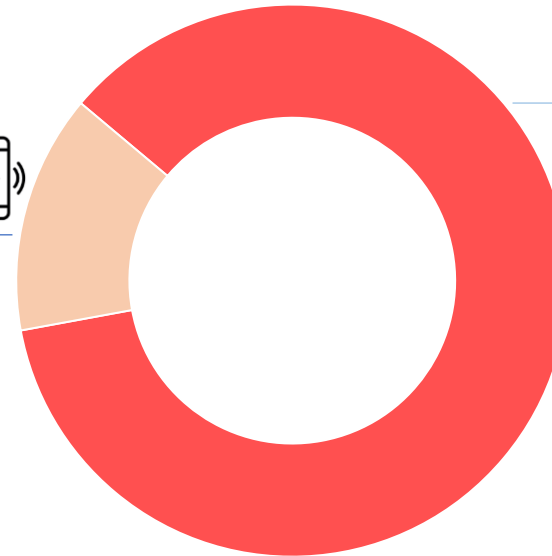
Digital audio 

14.0%

(75 mio €)

+11.9% vs 2024

Breakdown



Radio 

86.0%

(460 mio €)

+2.3% vs 2024

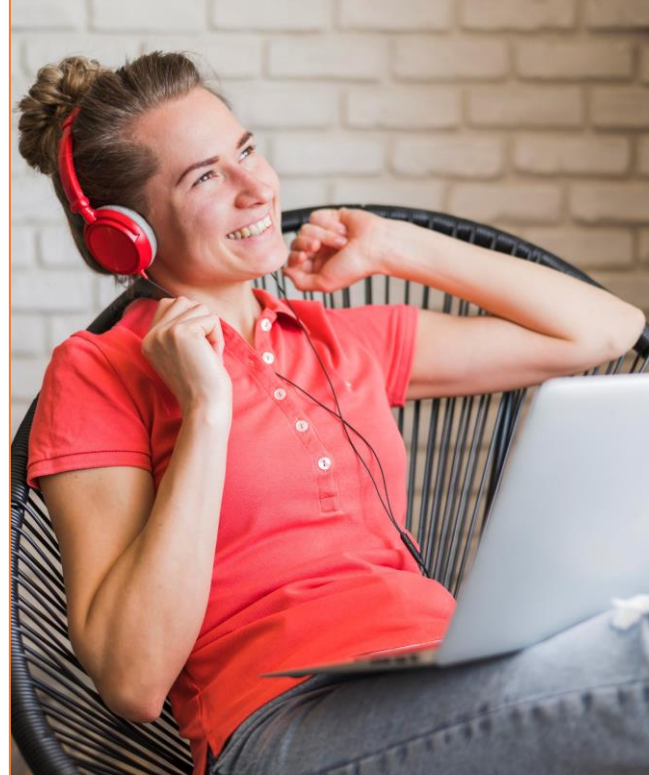
Audio: la Radio attira milioni ogni giorno, ma sono Streaming e Podcast i nuovi mondi in crescita

Radio



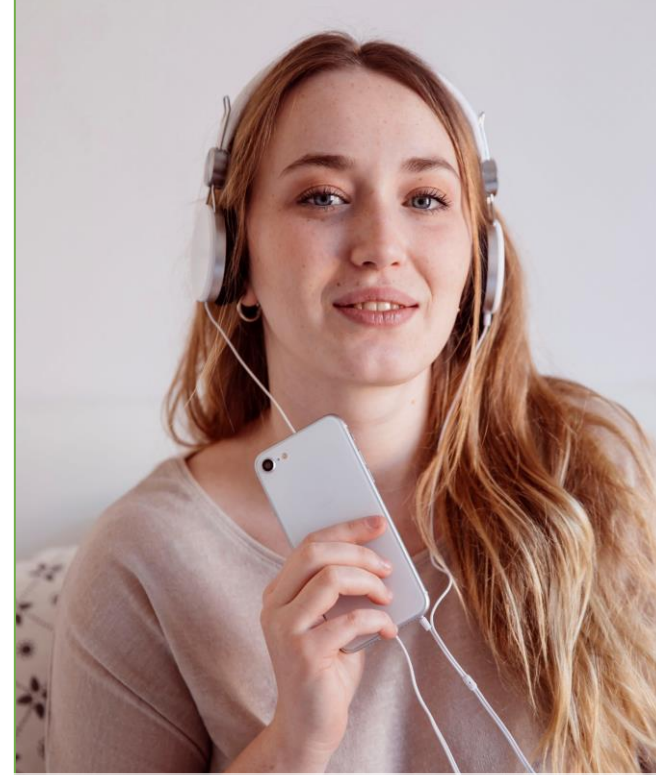
Oltre **35.7 milioni**
di ascoltatori nel giorno

Streaming



33.6 milioni
di audio streamers nel mese

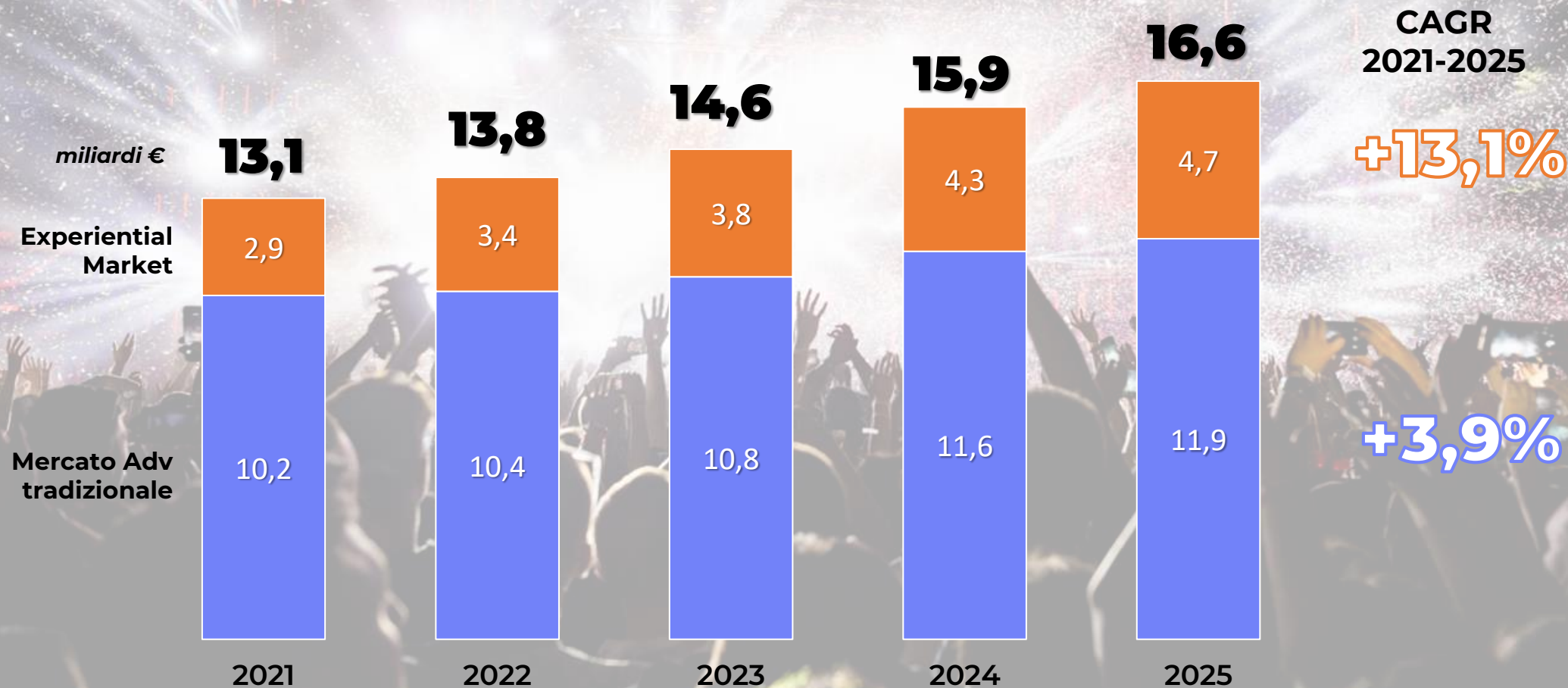
Podcast



12.8 milioni
di podcast listeners nel mese

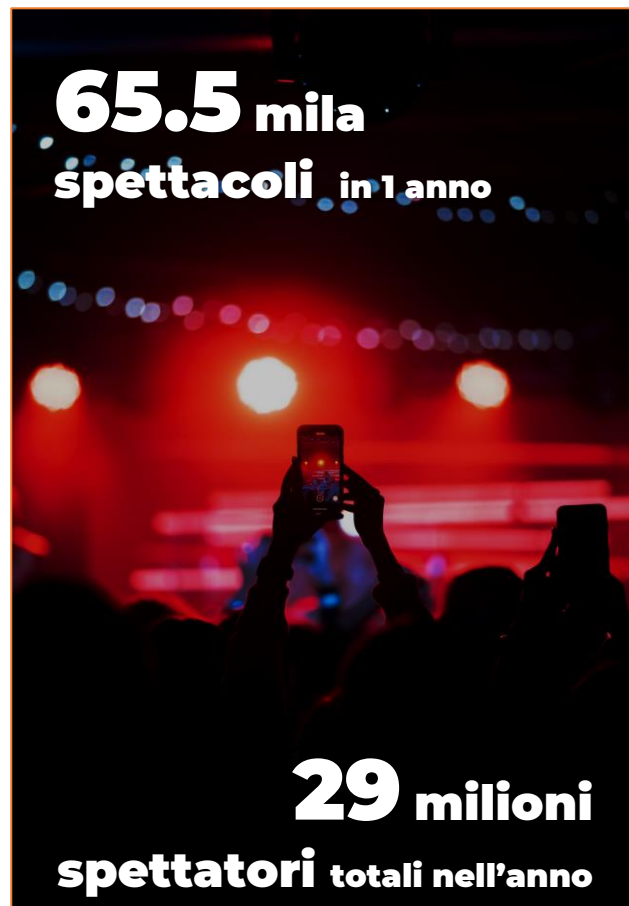
Il Mercato oltre il Media Classico

Il Mercato della Comunicazione supera i 16 miliardi, con una spinta significativa del mondo Experiential



I segreti dell'**Experiential Market**? Abbraccia le nostre passioni e coinvolge milioni di persone

Eventi



Influencer Marketing

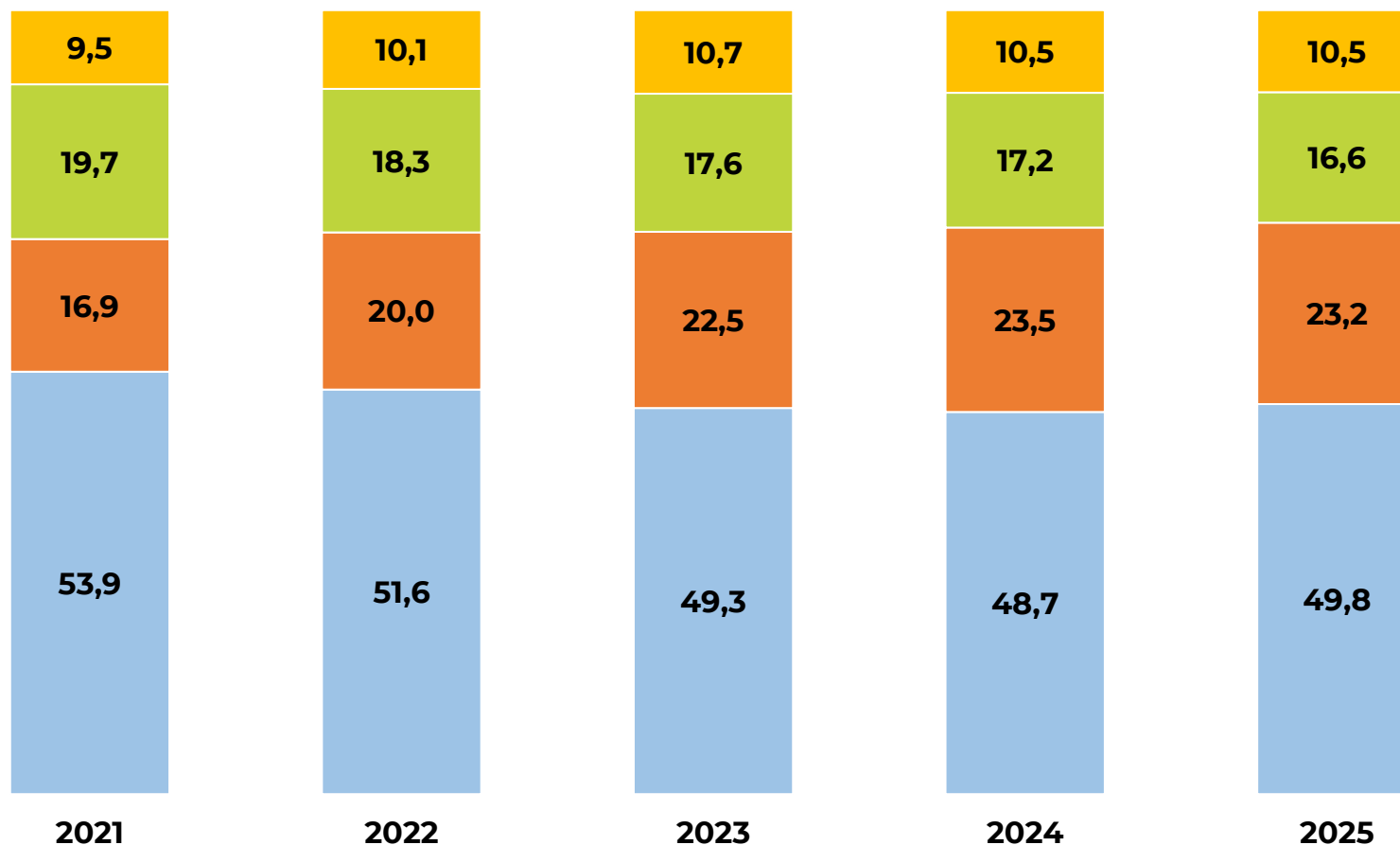


Sport



Experiential Market: un Mercato con anime diverse

Share % sul totale experiential market



Influencer

+16.1%

Branded

+8.4%

Eventi

+22.4%

Sponsorship

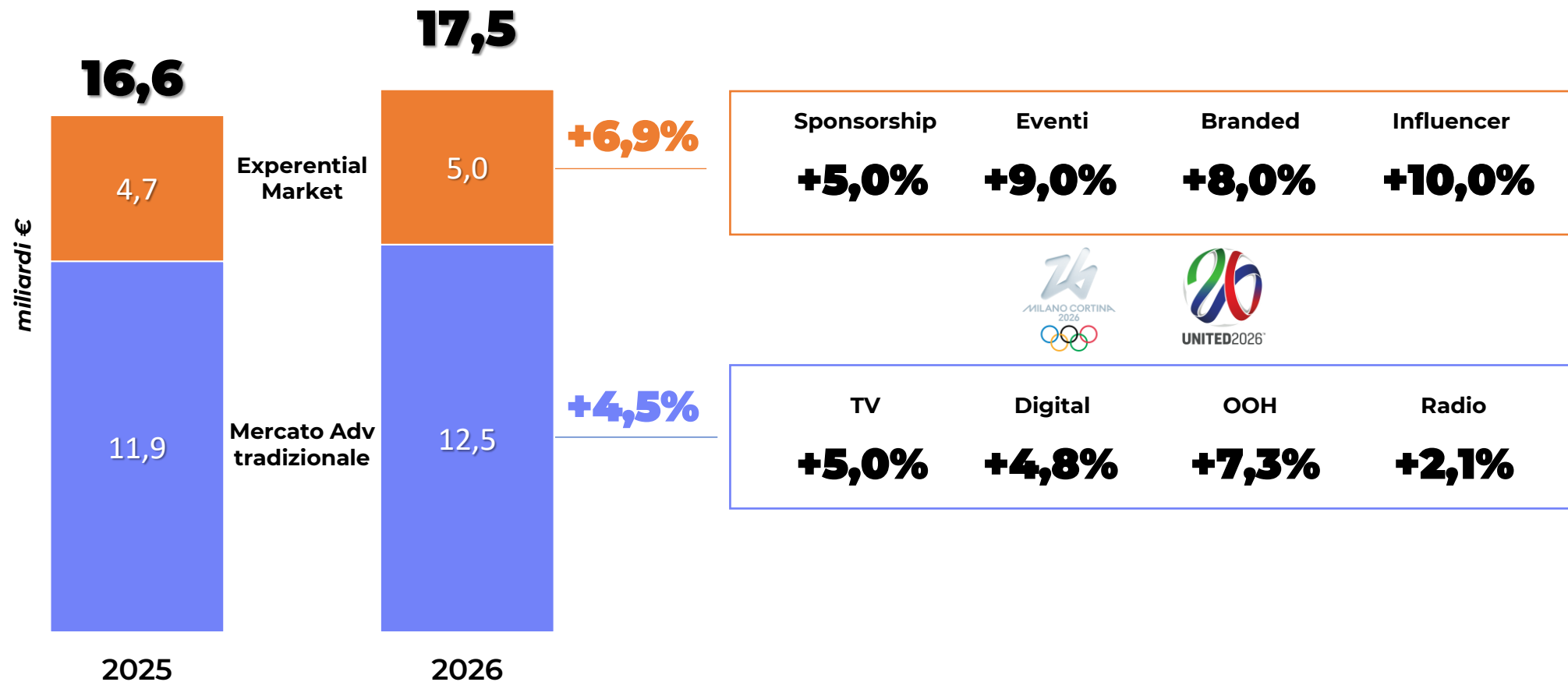
+10.9%

2026

**Che cosa ci
attende?**



2026: anno degli eventi sportivi, porta un boost da quasi 1 miliardo al Mercato della Comunicazione



Grazie!