



## COMUNICATO STAMPA FCP-ASSORADIO DATI GIUGNO 2022

Gli investimenti pubblicitari radiofonici del **1° semestre 2022**, rilevati nell'ambito dell'**Osservatorio Fcp-Assoradio** coordinato dalla società **Reply**, hanno registrato un **+ 3,4%**. Positivo anche il  **mese di giugno**, che si è attestato sul **+3%**.

*“Registriamo con favore il buon andamento del primo semestre 2022, rileva il Presidente FCP-Assoradio Fausto Amorese, così come la conferma positiva dei fatturati pubblicitari di giugno (quarto risultato utile consecutivo).*

*Il bilancio di questo primo semestre, prosegue Amorese, è più che soddisfacente sotto tutti i punti di vista, soprattutto se inserito nel perdurare di un sostanziale quadro di incertezza economica e sociale. Come ho già avuto modo di sostenere, le nostre valutazioni si basano su un insieme di fattori che – combinati fra di loro – consentono di delineare un quadro d'insieme. La crescita dei fatturati è indubbiamente fondamentale e rappresenta il primo fattore di rassicurazione, ma essa assume un rilievo più sostanziale se si associa al forte incremento degli inserzionisti (+16%) ed a quello delle campagne pubblicitarie (+9%).*

*Le nostre analisi merceologiche, basate su un confronto in volumi di spazi (secondi), confermano nel periodo gennaio-giugno 2022 quanto si andava già delineando a partire dal mese di marzo, ossia la sensibile crescita degli investimenti da parte di settori economici quali Distribuzione, Abitazione, Finanza-Assicurazioni, Turismo e viaggi. Questi settori sono inoltre tutti in crescita anche rispetto al periodo pre-pandemico (1° semestre 2019).*

*Possiamo quindi affermare che il media radiofonico stia consolidando anche in questo 2022 un ruolo significativo all'interno del media mix pubblicitario, esprimendo da un lato la sua identità specifica (attitudine alle campagne verticali), dall'altro la sua vocazione alla complementarità nell'ambito del media planning multimediale.”*