



COMUNICATO STAMPA FCP-ASSOINETNET GENNAIO-DICEMBRE 2022

Gli investimenti pubblicitari rilevati dalla società Reply nell'ambito dell'**Osservatorio Fcp-Assointernet** registrano a **Dicembre 2022** un lieve decremento (- **0,5%**), con il risultato dell'intero **anno 2022** che si attesta al - **3,2%**.

Le analisi in termini di **Device** evidenziano a livello annuo la sostanziale tenuta degli *smartphone* (+0,6%) a fronte di un calo del comparto *desktop/tablet* (-5,6%). In termini di **Fruizione** si è distinta la crescita dei fatturati riconducibili alle "App" (+0,7%), rispetto a quella relativa alla modalità "browsing" (-3,5%).

L'analisi annuale per **Settore merceologico** evidenzia il positivo andamento di una pluralità di comparti quali: Abbigliamento, Abitazione, Distribuzione, Telecomunicazione, Tempo Libero, Turismo e Viaggi".

"L'anno 2022 è stato caratterizzato da una lieve contrazione degli investimenti, che si inquadra tuttavia in un ciclo temporale (il triennio 2019-2022) di sostanziale soddisfazione, dichiara Giorgio Galantis Presidente FCP-Assointernet. La crescita registrata rispetto al 2019 (fase pre-pandemica) è stata pari al +12% e quella relativa al biennio 2020-2022 del +13,8%.

Nel 2022 è proseguito lo sforzo teso a migliorare ulteriormente la qualità e la varietà dell'offerta editoriale disponibile all'interno del perimetro degli associati FCP-Assointernet. Nell'ambito delle attività di planning è ulteriormente cresciuta l'attenzione ai progetti ad hoc (spesso connotati da contenuti social) e delle campagne pubblicitarie nelle modalità più "tradizionali" (display, video, native) dove i formati si sono evoluti ulteriormente, coniugando al meglio l'efficacia comunicativa con la tutela del marchio inserzionista in ottica "brand safe".