



OSSERVATORIO FCP-ASSOINTERNET GENNAIO-DICEMBRE 2023

Gli investimenti del 2023 si chiudono al + 2.4%

Gli investimenti pubblicitari relativi al **gennaio-dicembre 2023**, rilevati dalla società Reply nell'ambito dell'**Osservatorio Fcp-Assointernet** si attestano al **+ 2,4%**, nonostante il decremento registrato nel mese di dicembre (- 9,3%), in controtendenza rispetto al favorevole trend annuale.

Sempre a livello annuo (2023) le analisi in termini di **device** evidenziano una crescita significativa dell'aggregato *Desktop/Tablet* (+ 4,8%), a fronte di un lieve decremento della voce *Smartphone* (- 0,8 %).

Nel 2023 si conferma particolarmente significativo il dato relativo alla **fruizione** dei contenuti pubblicitari tramite *"App"* (+11,2%), con un andamento particolarmente favorevole rispetto alla fruizione in modalità *"Browsing"*, anch'essa comunque in crescita (+ 1,7%).

In riferimento agli andamenti dei settori **merceologici**, il 2023 conferma il trend positivo della maggior parte dei comparti economici. Risultano in particolare da evidenziare i riscontri riferibili ad Alimentari, Automotive, Distribuzione, Farmaceutici. Bevande, Gestione Casa, Turismo/Viaggi.

"Il 2023 è stato un anno complessivamente positivo per il mercato del digital advertising in Italia" dichiara il Presidente FCP-Assointernet Simone Branca *"in particolare abbiamo osservato nel corso del primo semestre una performance in accelerazione mentre la seconda parte dell'anno, anche per la mancanza dei grandi eventi sportivi del 2022, ha evidenziato un andamento più conservativo. La qualità offerta dagli Editori FCP-Assointernet ha rappresentato un asset centrale nel rapporto Azienda-Consumatore. Il comparto video, attraverso i formati in stream, e lo sviluppo di progettualità a valore aggiunto, quali iniziative sui social, branded content e progetti speciali, si sono rivelati strumenti fondamentali al servizio delle strategie di comunicazione degli Inserzionisti. Prosegue a pieno regime l'attività dell'Associazione con particolare attenzione al potenziamento dell'Osservatorio Investimenti, al dialogo con le altre Associazioni attive nel nostro mercato e al monitoraggio dei nuovi trend, tecnici e normativi, che stanno caratterizzando l'evoluzione della nostra Industry. In generale il positivo risultato dell'anno appena concluso ci proietta con dinamismo verso un 2024 caratterizzato da momenti importanti, quali Euro 2024 e Parigi 2024, ricco di progetti e di opportunità a disposizione dei Brand per sviluppare strategie di comunicazione efficaci e di impatto"*