



**comunicare  
domani**  
#POST-SOCIAL

# FROM SOCIAL NETWORK TO SOCIAL WORLD

POWERED BY



SPONSORED BY



IN PARTNERSHIP WITH

**POLI.DESIGN**



# Stima investimenti mercato: che crescita?

Relatore

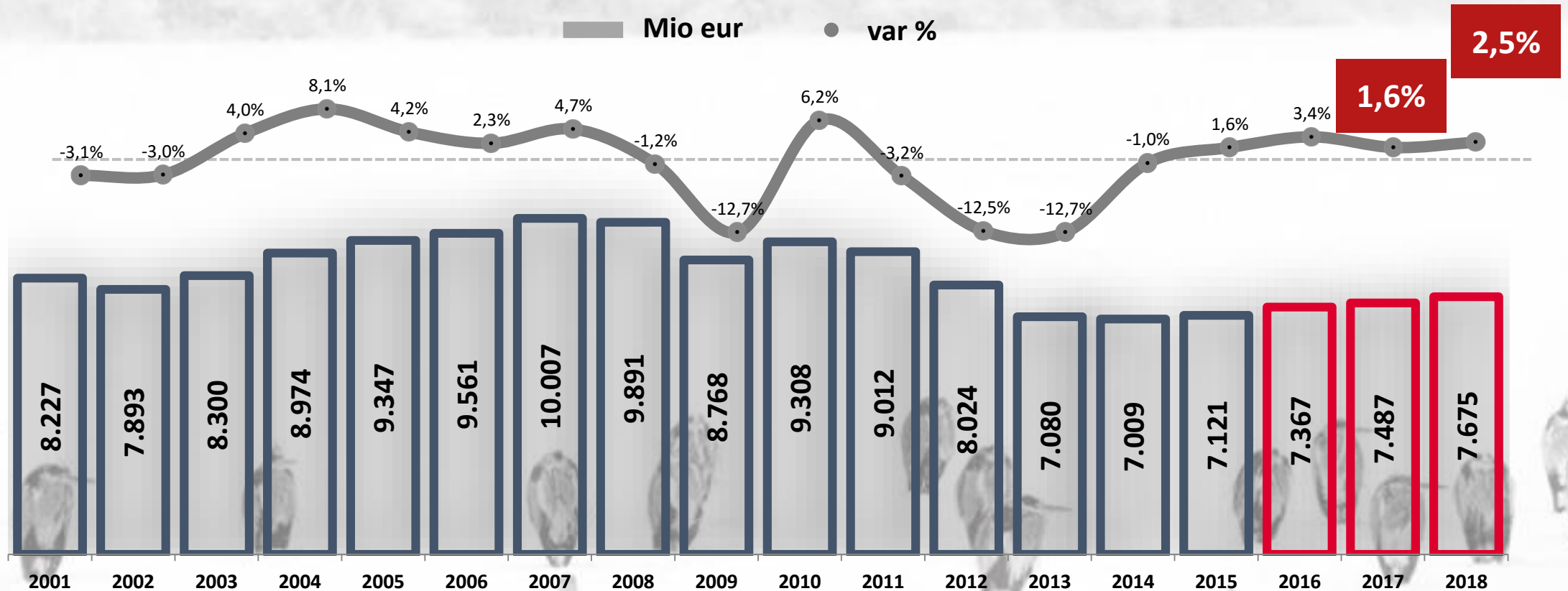
**GUIDO SURCI**

Presidente Centro Studi AssoCom

29 06 2017



# Il trend degli investimenti



Dov'è l'America?

DOV'È L'AMERICA?



# I nuovi consumatori tracciano la strada



## Anche la maggioranza silenziosa corre veloce

OGNI MESE

**6.4%**

DEGLI ITALIANI  
NON GUARDA LA TV

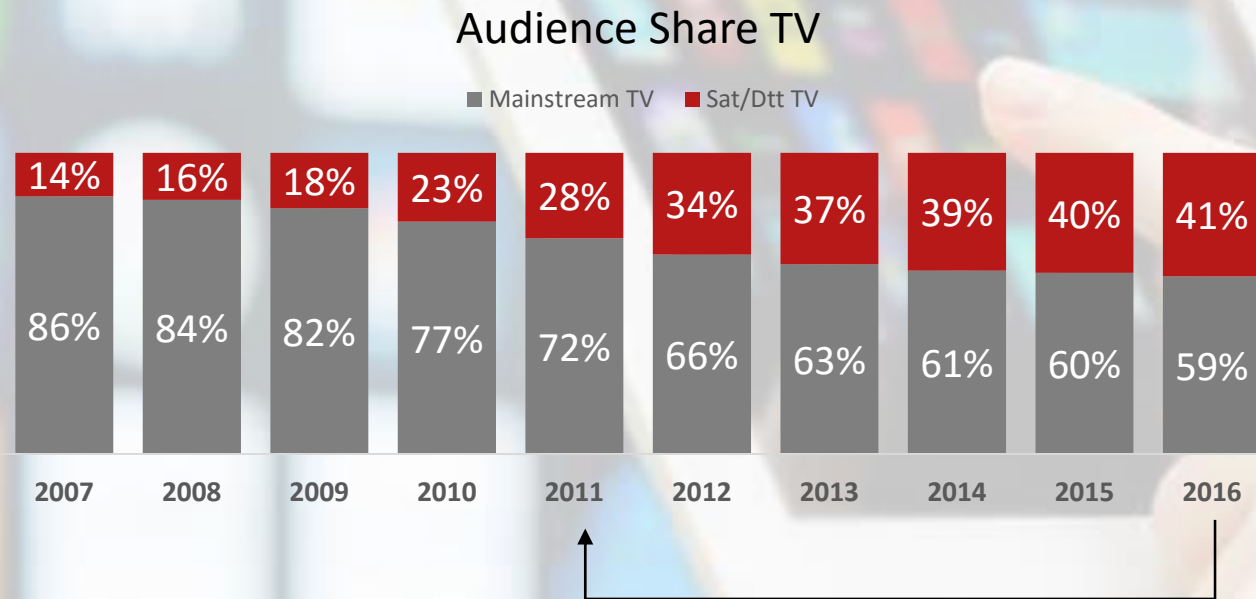
**80%**

DEL TEMPO ONLINE  
DEGLI ITALIANI È SU MOBILE

# E il nostro settore insegue, perfino sulla TV

Le audience TV si postano sui canali minori digitali e satellitari.

Gli investimenti pure: con un ritardo di 5 anni.



Ripartizione 2016  
investimenti TV:  
**30% on Sat/Dtt**  
70% on Mainstream TV



**Certo, non è così semplice**

**INVENTORY**

**IMPATTO**

**CONOSCENZA**

# Uno dei problemi è conoscere

Libro bianco del digitale

Incontri Territoriali ACE

Ricerca AdBlocking

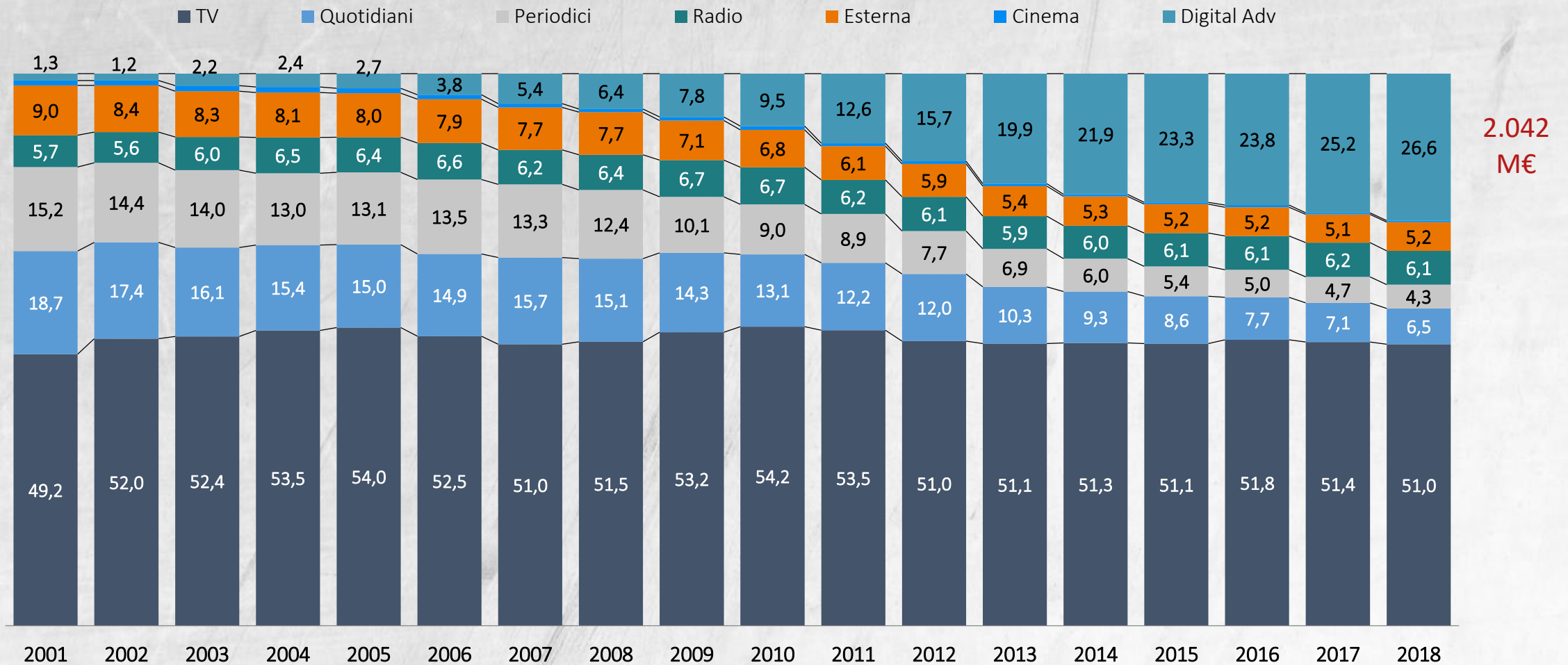
Ricerca Gare Private

Master Digital Strategy PoliMi

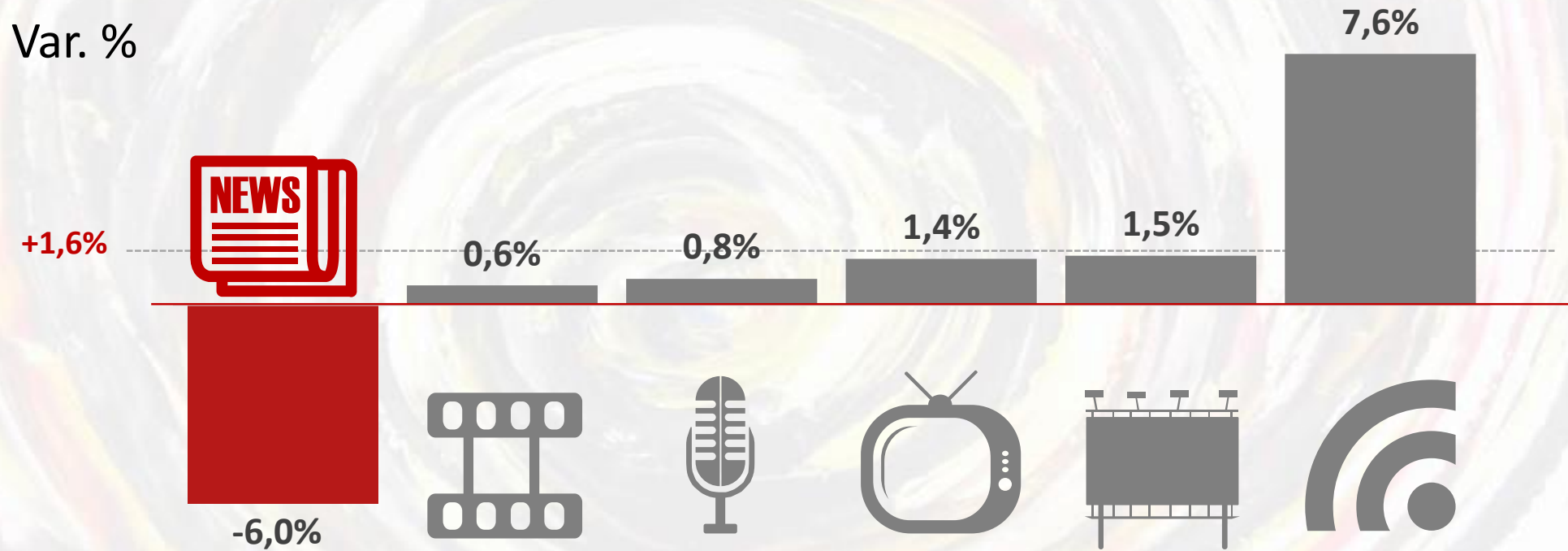
Concorso Giovani Leoni

Disciplina Gare Pubbliche

# 2018: il digital supera quota 2.000MLD€



# 2017: inferno, purgatorio, paradiso

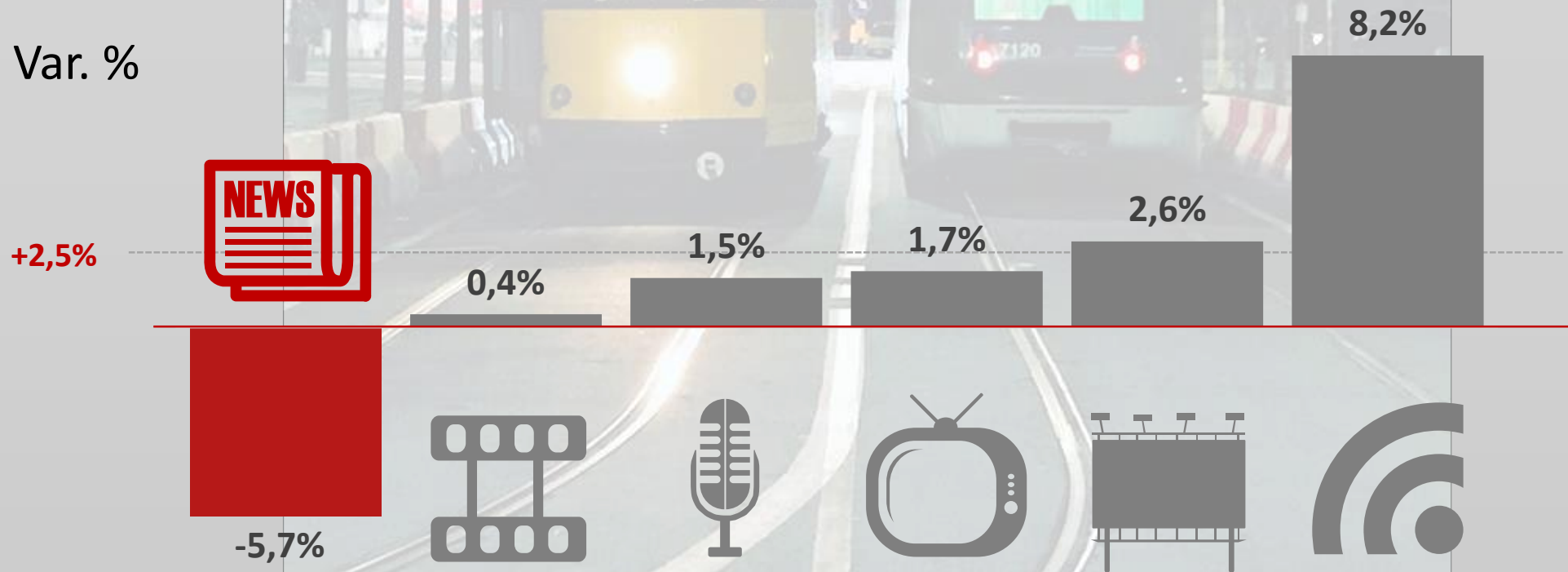


Fonte: Stime Centro Studi AssoCom

Fonte: AssoCom / Elaborazione OmnicomMediaGroup

# 2018: si accelera, chi più chi meno

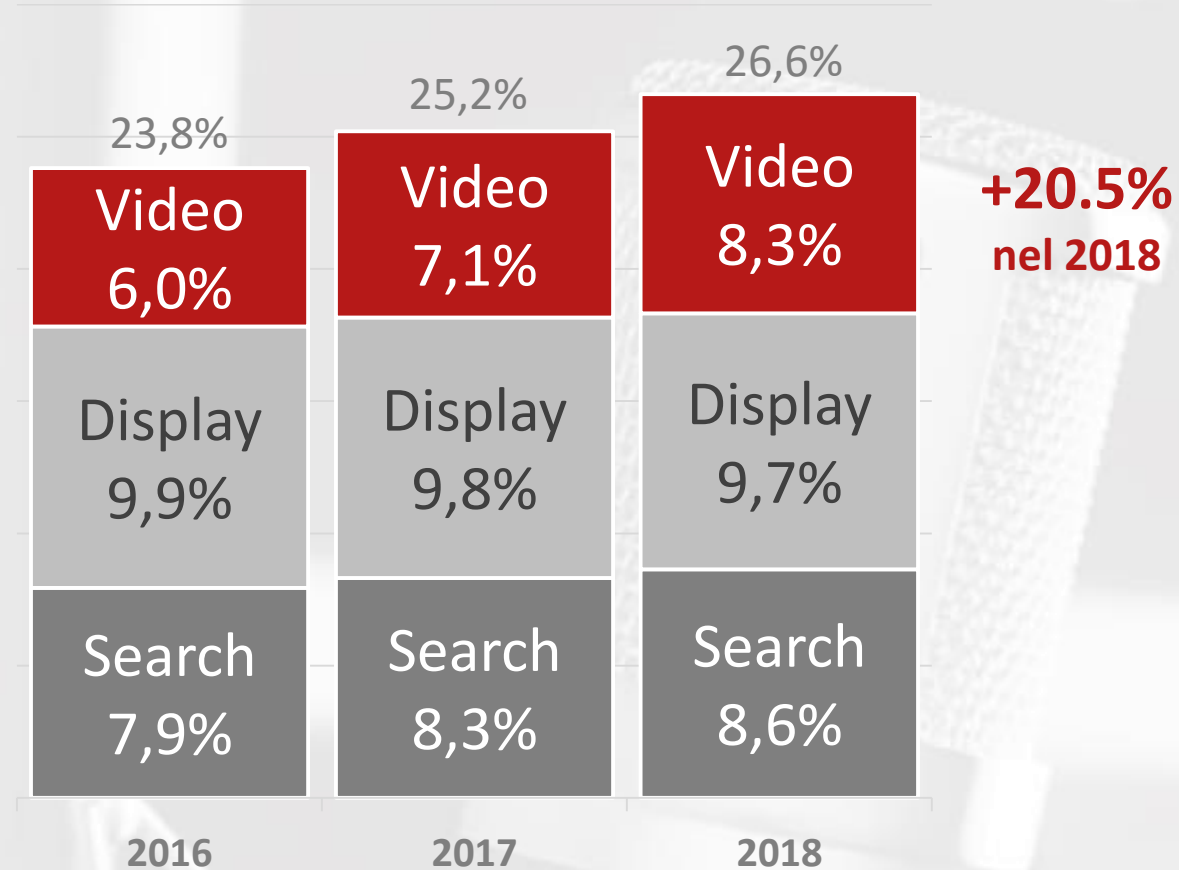
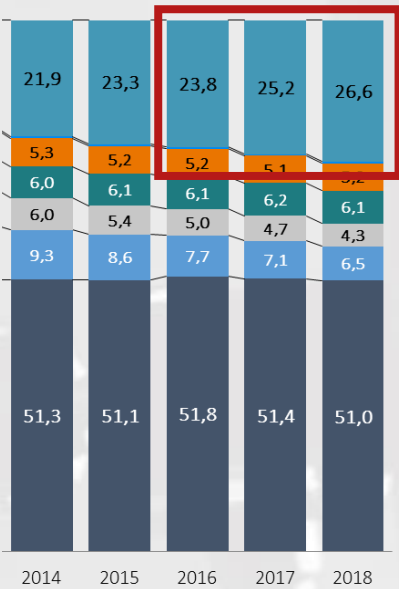
Var. %



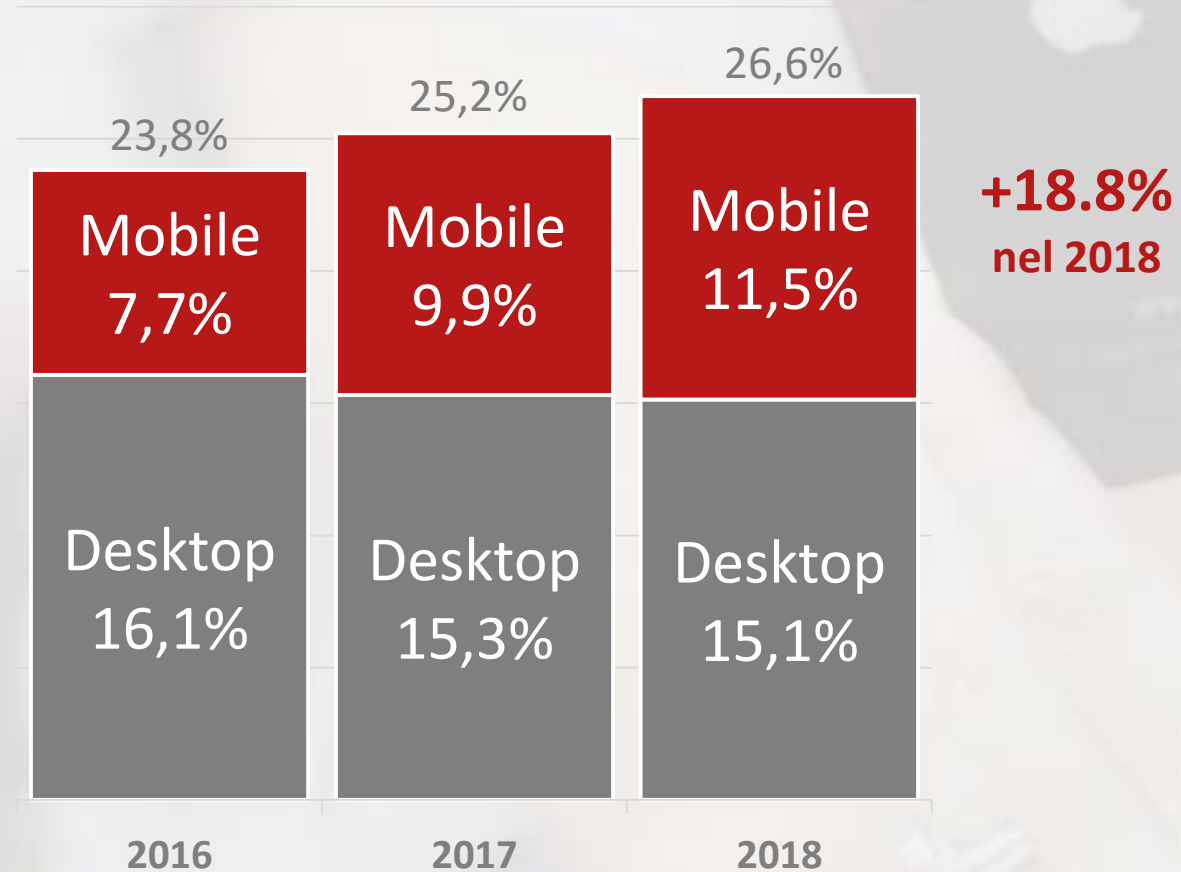
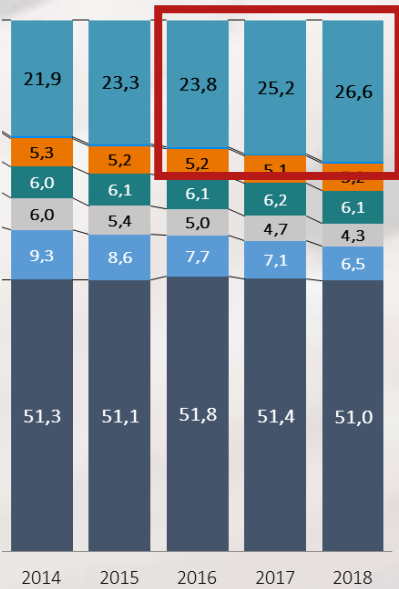
# 2018: ma il Video on line vince su tutti



# Ormai il video on line supera la radio

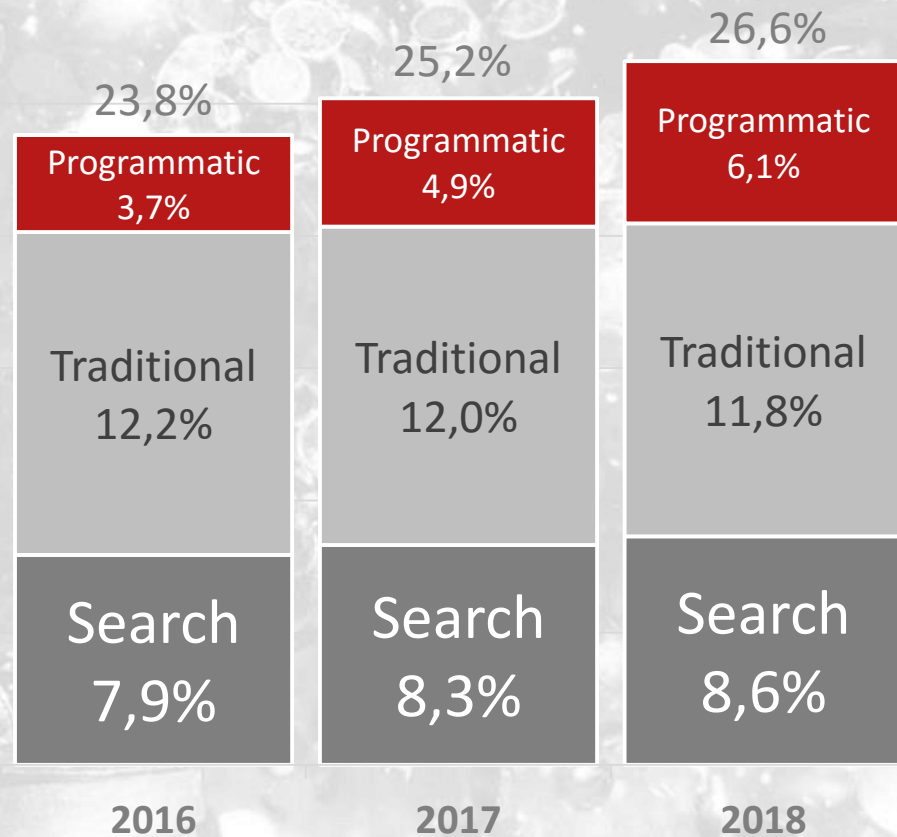
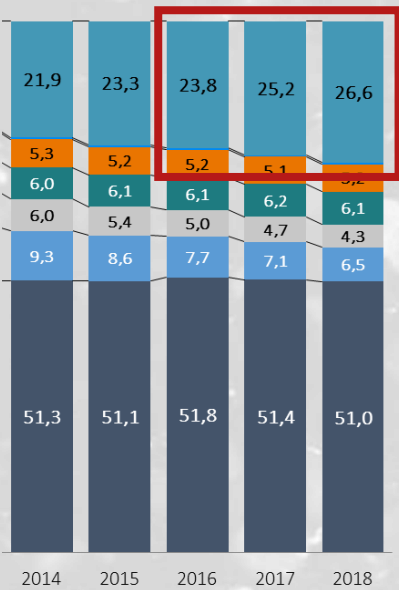


# Il mobile nel 2018 supera la Stampa, e nel 2020 il desktop





# Una impression su 3 sarà programmatic



**+29,4%**  
nel 2018

# Quale crescita?

**RISORSE COMPLESSIVE SENZA CRESCITA SIGNIFICATIVA**

**IMPORTANTI TRAVASI TRA CANALI**

**NUOVE ASPETTATIVE  
DEI CONSUMATORI**

**NUOVE CAPACITA'  
DEL NOSTRO SETTORE**