



Aziende della
Comunicazione
Unite

Stima degli Investimenti del Mercato Media e Media Cost Inflation 2022

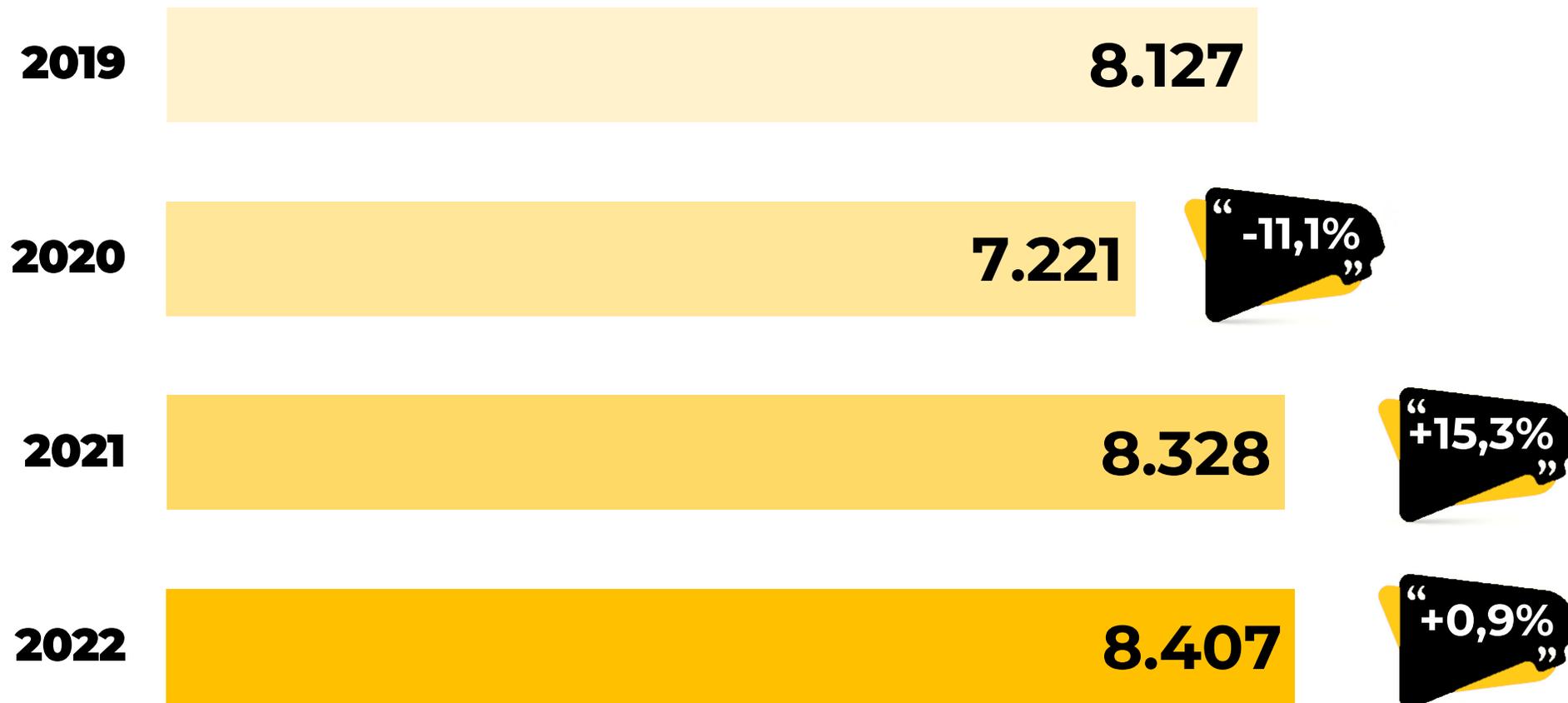
4 Luglio 2022

Graziana Pasqualotto
Vice Presidente UNA

Federica Setti
Portavoce Media Hub UNA

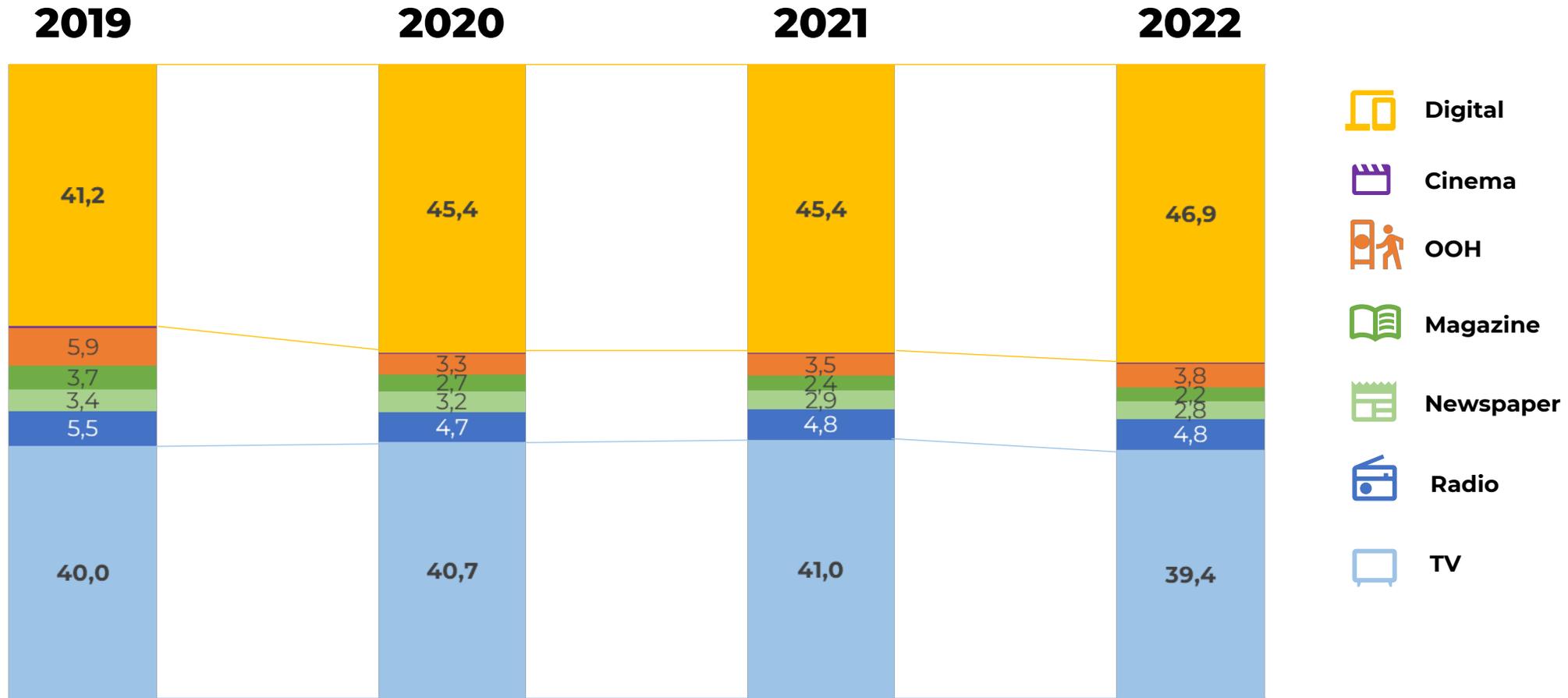
Investimenti Pubblicitari

Valori in milioni di euro **net net**



L'evoluzione del media mix

Share % su valori net net

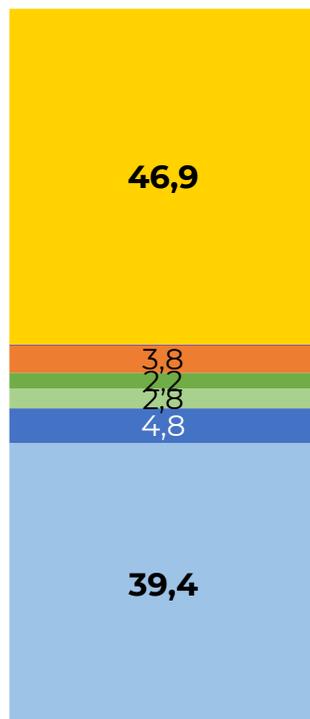


Le share del Mercato con e senza coda lunga

Share % 2022 su valori net net

Totale Mercato

8,4 mld €



Mercato senza coda lunga*

6,8 mld €



Il **76%** (+ 2 p.p. vs 2021) delle revenue Digital è rappresentato dagli **OTT**

Oltre il 50% delle revenue degli OTT proviene dalle piccole e micro imprese (**coda lunga**)

* **Coda lunga** = tutta quella parte afferente a investimenti minimali non rilevanti per gli operatori professionali



Il valore dei mezzi

Dati net net

		2020 7.221 mio €		2021 8.328 mio €		2022 8.407 mio €		
		€ .000	share	€ .000	share	€ .000	share	var% '22 vs '21
	TV	2.940.515	40,7%	3.410.691	41,0%	3.314.578	39,4%	-2,8%
	Digital	3.280.300	45,4%	3.777.000	45,4%	3.946.965	46,9%	+4,5%
	Radio	336.029	4,7%	400.676	4,8%	403.481	4,8%	+0,7%
	Newspapers	228.093	3,2%	245.409	2,9%	233.945	2,8%	-4,7%
	Magazine	195.290	2,7%	200.168	2,4%	184.184	2,2%	-8,0%
	OOH	237.389	3,3%	288.903	3,5%	315.968	3,8%	+9,4%
	Cinema	3.875	0,1%	5.331	0,1%	7.639	0,1%	+43,3%

Inflation – dati actual

2022 vs 2021 Variazione %

Offline		Gen	Feb	Mar	Apr
	TV (target: Adulti 15+)	+11,0%	+18,0%	+7,2%	+14,5%
	Radio	+6,1%	+2,4%	+5,3%	+3,7%
	Newspapers	+1,3%	+8,3%	+3,1%	-3,2%
	Magazine	-4,4%	+3,9%	+2,5%	-5,4%
Online		1° Quarter			
	Video	+2,6%			
	Display	+2,3%			

La stima di inflation totale anno

2022 vs 2021 Variazione %

