

50 ANNI DI INVESTIMENTI PUBBLICITARI IN ITALIA

di MAFFI & SINCICH

Dal 1970 al 2019 in Italia sono stati investiti in pubblicità (tv, radio, stampa, quotidiani, cinema, affissioni, transit e internet) oltre 230 miliardi di euro, di cui circa il 90% negli ultimi 30 anni. Nonostante i nuovi media, come internet, registrino una crescita costante (dai 138 milioni investiti nel 2005 ai oltre 3 miliardi dell'anno scorso e un balzo del 200% tra il 2012 e il 2013), è ancora la tv a rappresentare lo strumento che convoglia il budget più alto. Per quanto riguarda gli altri media classici, la flessione della carta stampata, arrivata dopo la gloria degli anni a cavallo del nuovo millennio, sembra essersi assestata su livelli accettabili, mentre la radio continua a rivestire un ruolo importante all'interno delle strategie di pianificazione, mantenendosi stabilmente sopra i 300 milioni di euro annui spesi da quasi 20 anni. I dati dettagliati della ricerca condotta da Upa-Nielsen sono disponibili sul sito public.tableau.com

NUMBERS

