

Area

MERCATI E FORECAST

Anno 2017

N. Doc

B-17

Pagine

4

TITOLO

DIGITAL ADVERTISING

Fonte

Elaborazione ANES Monitor su PoliMi - Osservatori.net - lab Italia «Il mercato italiano del digital advertising»

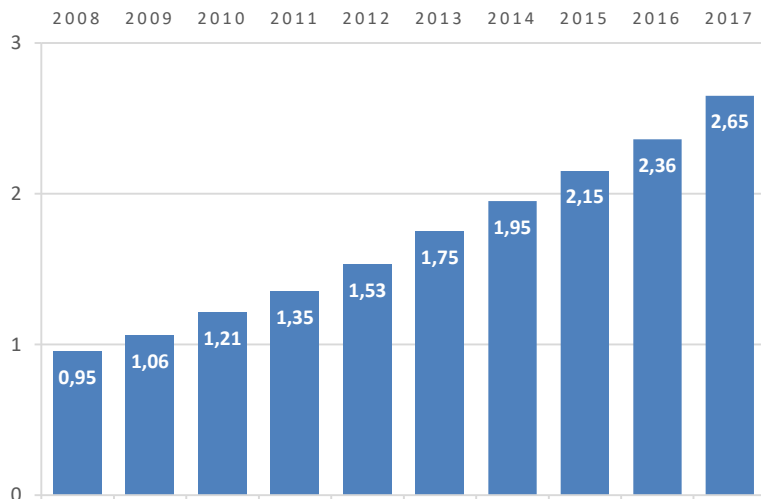
L'andamento del mercato del digital advertising

Come sviluppo decennale il mercato del digital advertising è previsto passi da meno di un miliardo di Euro a 2,65 miliardi nel 2017 (2,36 miliardi nel 2016).

Nei dieci anni il tasso di crescita annuo medio (CAGR) è stato del 10,8%.

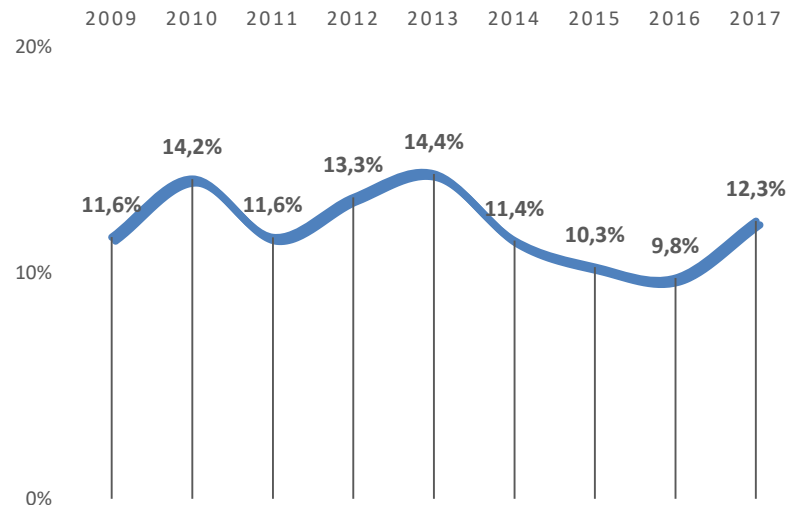
MERCATO DEL DIGITAL ADVERTISING

[MILIARDI DI EURO
2017 PRECONSUNTIVO]



LA CRESCITA DEL MERCATO

[PERCENTUALE SU ANNO PRECEDENTE
2017 PRECONSUNTIVO]



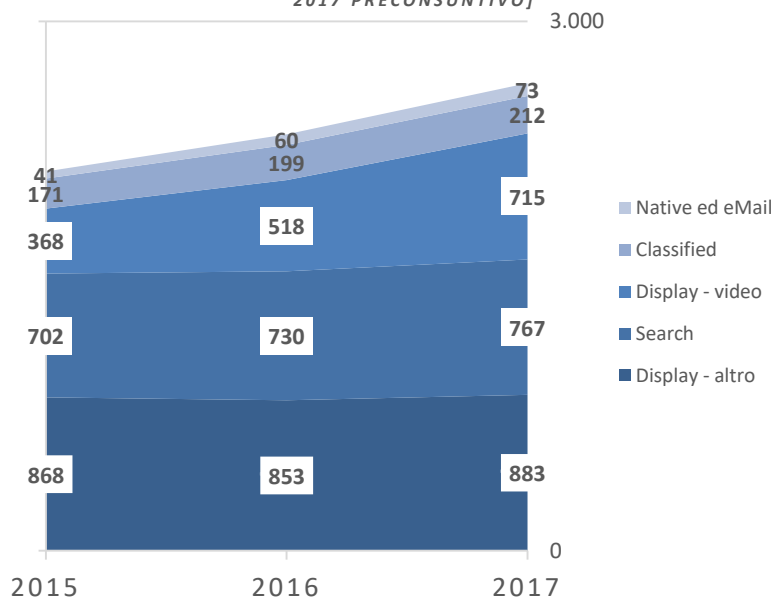
Le tipologie di formato

La tipologia di pubblicità che è cresciuta di più negli ultimi due anni è stata quella del formato video, che ha raggiunto un peso di oltre ¼ del mercato.

Dopo la modesta flessione nel 2016 pare che nel 2017 sia tornata a salire anche la pubblicità display *non-video*.

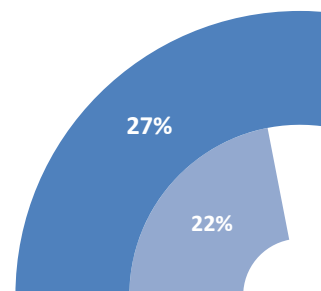
RIPARTIZIONE INTERNET ADVERTISING

[IN MILIONI DI EURO
2017 PRECONSUNTIVO]



IL PESO DEL DISPLAY VIDEO

[ANELLO INTERNO 2016,
ANELLO ESTERNO 2017 PRECONSUNTIVO]



Il programmatic advertising

Nell'ultimo triennio è proseguita la crescita del programmatic advertising.

L'aumento, forte, tra 2015 e 2016 pare si sia andato a ridimensionare nel 2017 seppur sempre in doppia cifra, incrementando di +¼

La stima 2017 vede il programmatic raggiungere un volume complessivo da quasi 0,4 miliardi di Euro

LA CRESCITA DEL PROGRAMMATIC
[MILIONI DI EURO,
2017 PRECONSUNTIVO]

