



Aziende della
Comunicazione
Unite

I numeri dell'Advanced TV

01 Ottobre 2025

Federica Setti

Portavoce Media Hub UNA



“

Per stimolare la crescita serve agire su più fronti: **estendere la copertura** rendendo la pubblicità accessibile, **usare i dati** in modo smart, investire nella **misurazione crossmediale** e cogliere le opportunità da **CTV** e **programmatic**

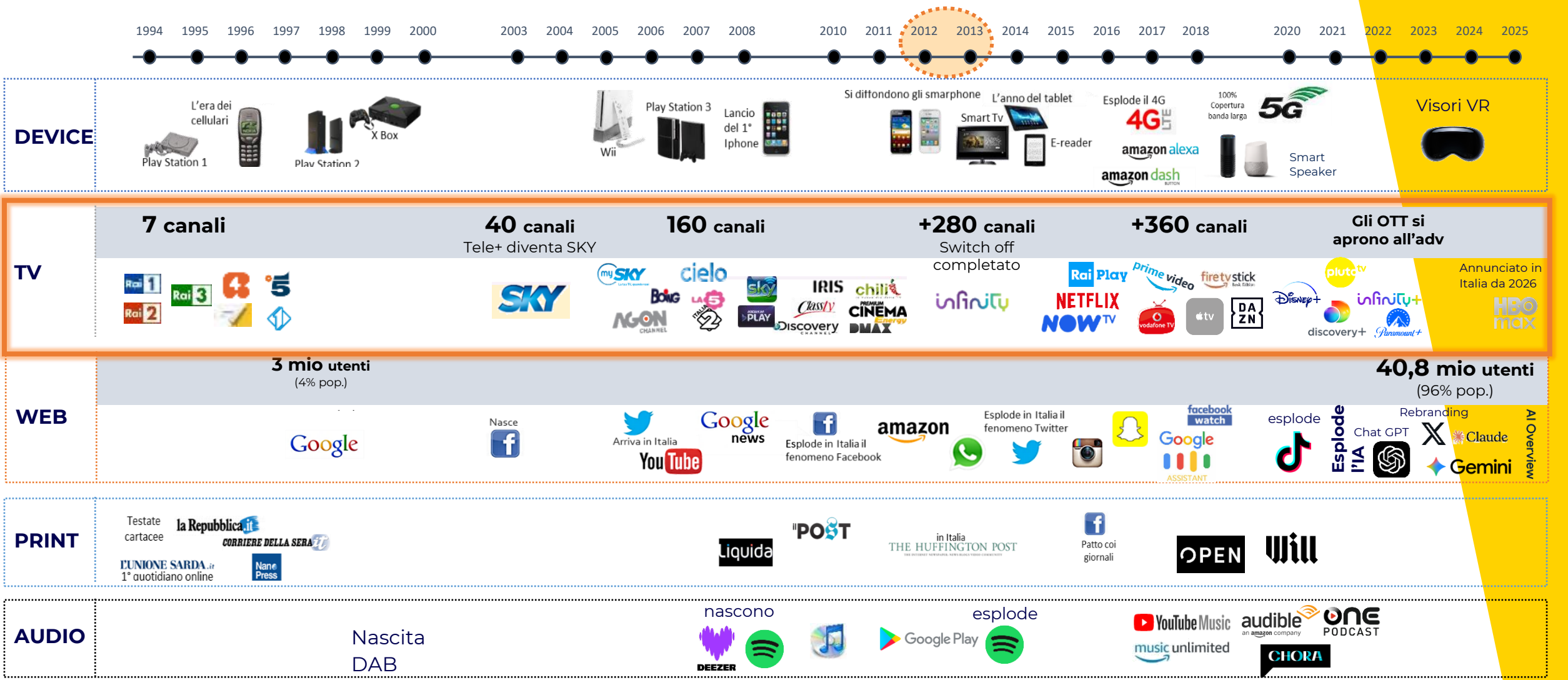
”

Marc S. Pritchard

Chief Brand Officer **Procter & Gamble**

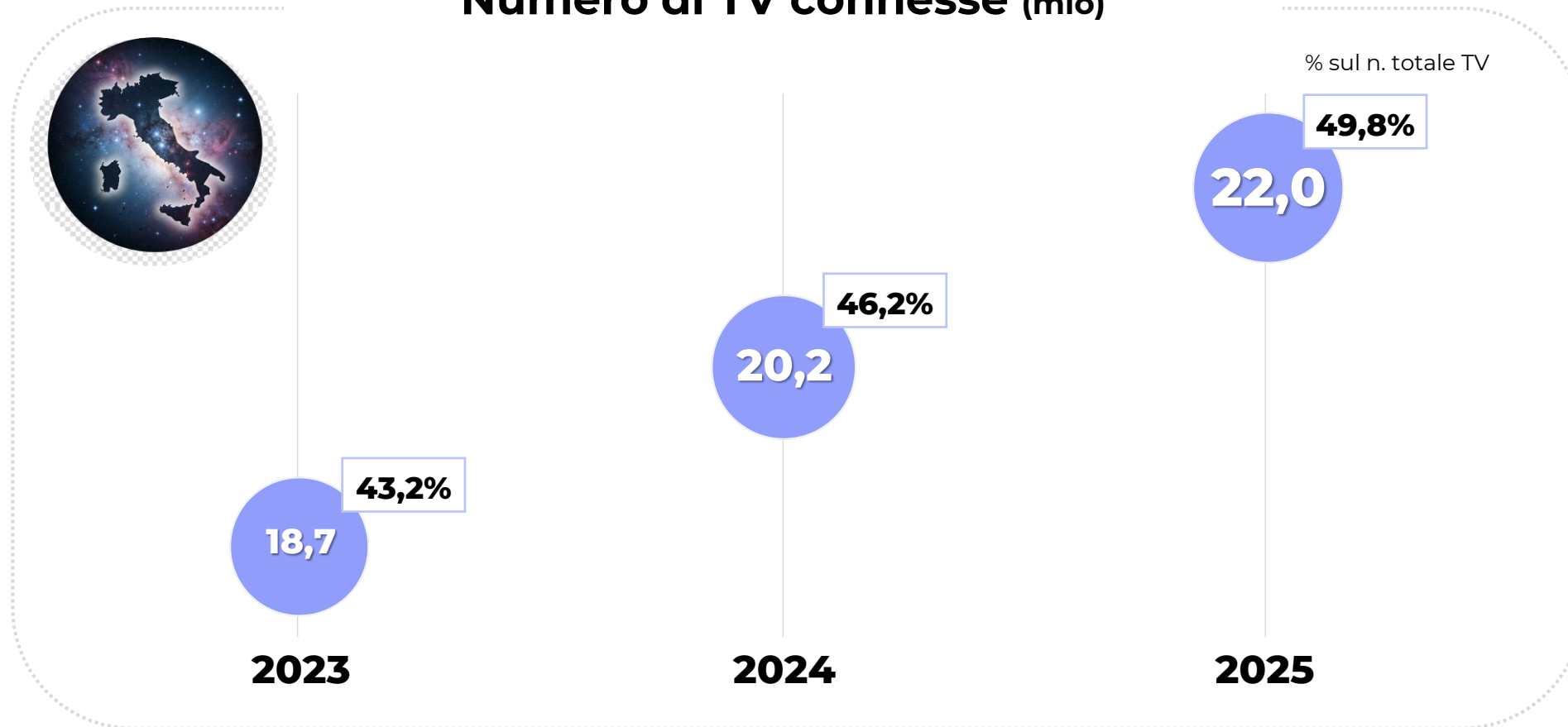
Una rivoluzione silenziosa

Conclusione dello switch-off e
diffusione delle Smart TV



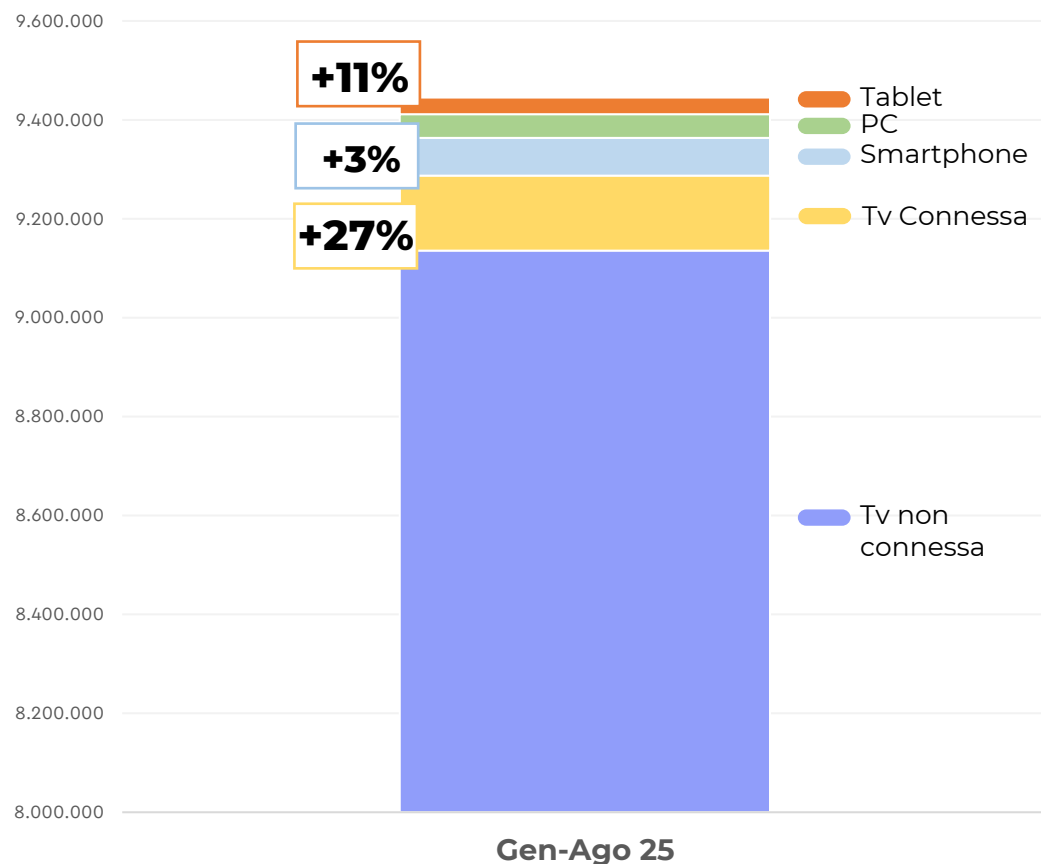
L'Italia connessa: la Connected TV è ormai la nuova normalità

Numero di TV connesse (mio)

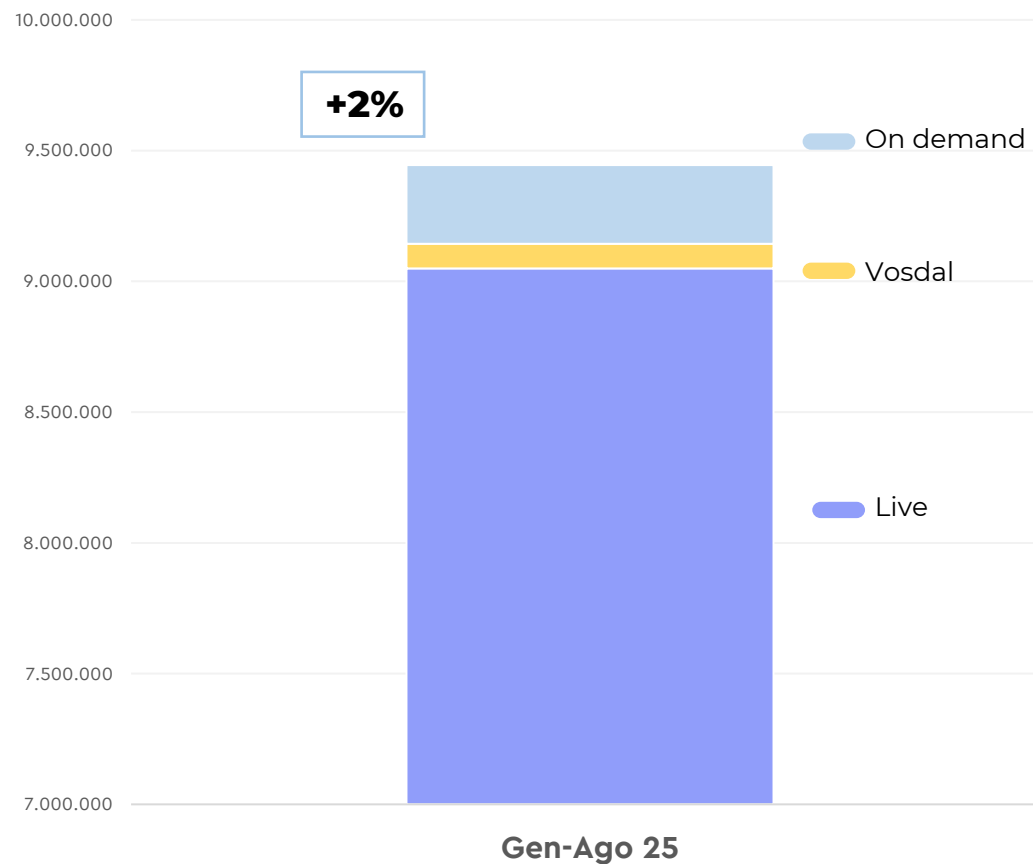


Si ridefiniscono i paradigmi di visione: la TV non è mai stata così dinamica

Total audience per **Device**



Total audience per tipo di **Fruizione**

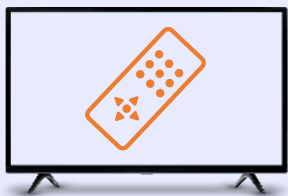


Fonte: UNA Media Hub su dati Auditel™ data (solo i 5 editori Discovery, La7, Mediaset, Rai, Sky)
Target: Individui+ ospiti, fascia oraria 7.00-1.59

L'Advanced TV conquista le strategie di planning: le motivazioni dei planner

Reason why

I benefici secondo i planner



Integrare il planning della
TV lineare

81,9%



Integrare il planning del
VOL

56,7%

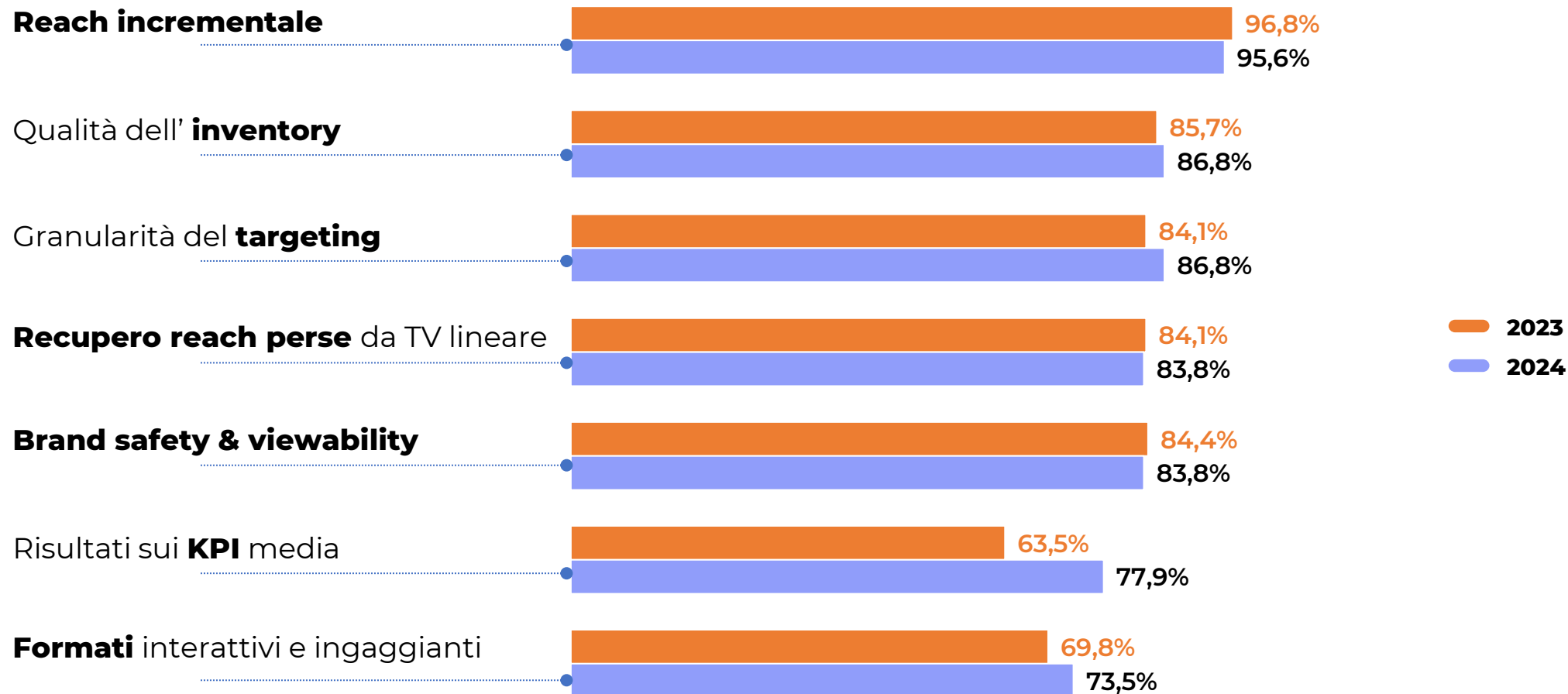


Heavy up locale
(su specifiche aree geografiche)

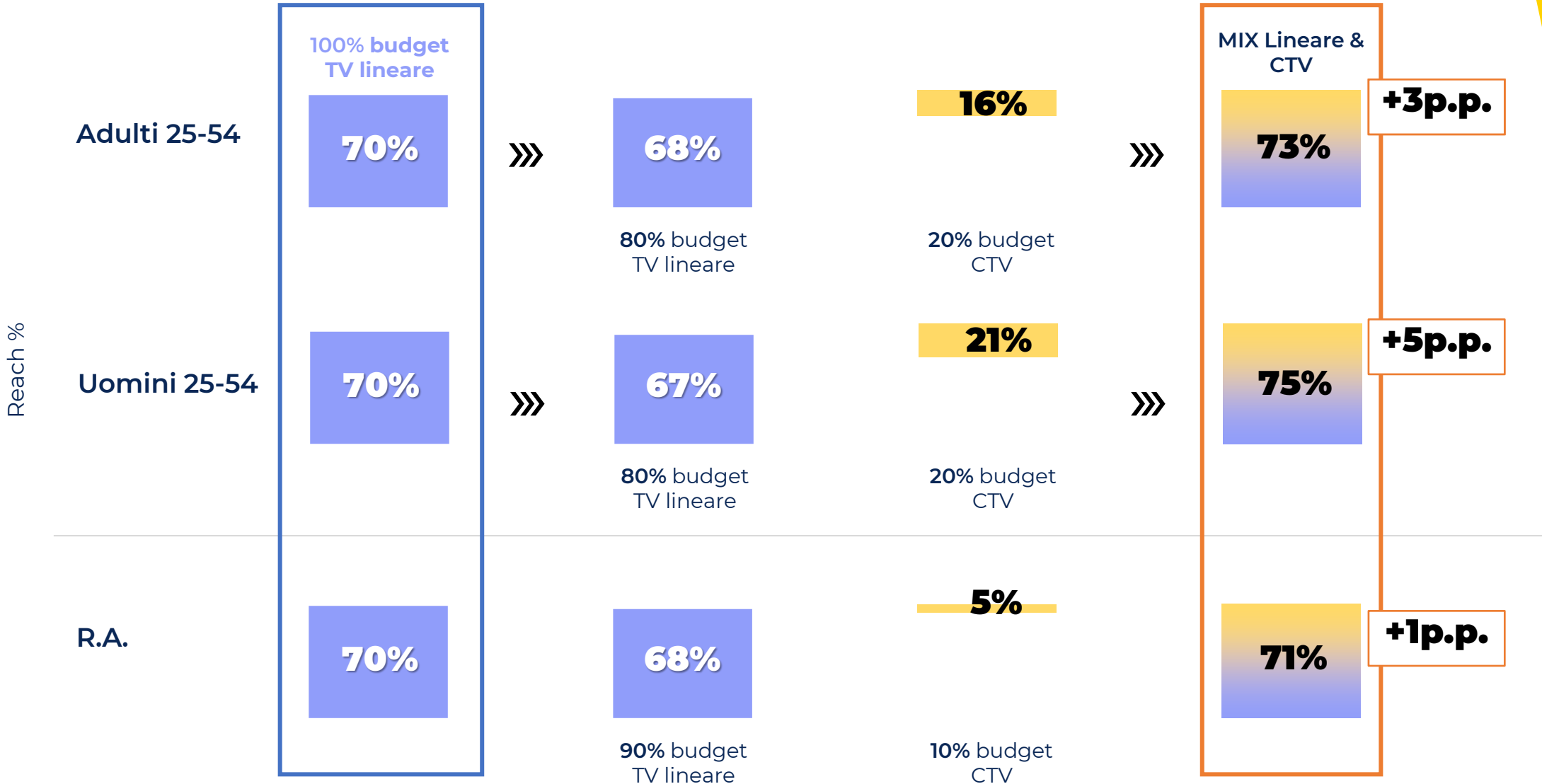
15,0%

I Benefici dell'Advanced TV nel planning pubblicitario

I benefici secondo i planner



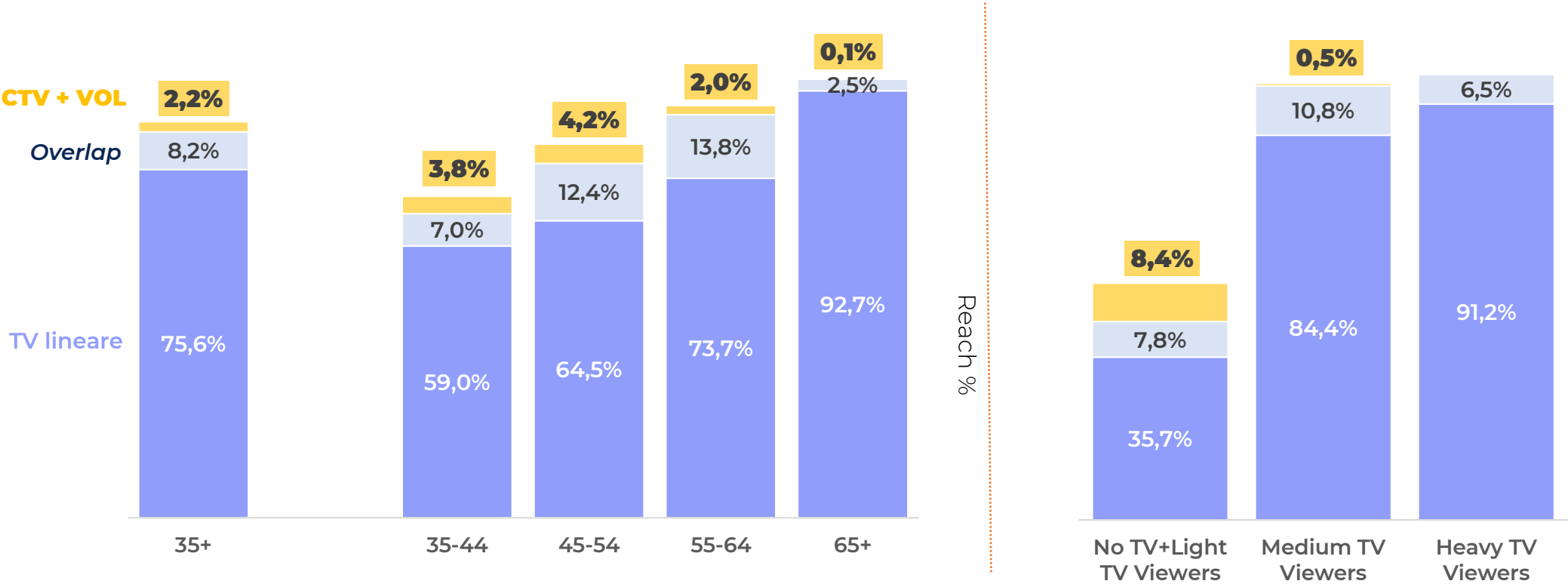
L'Advanced TV elemento fondamentale per la costruzione della copertura



L'Advanced TV si integra con il VOL per riequilibrare i profili delle campagne

Case: Cliente Settore Casa

Reach tot	85,9%	69,8%	81,1%	89,4%	95,3%	51,9%	95,6%	97,7%
-----------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------



Fonte: UNA Media Hub database case history di planning

Il Mercato risponde: l'Advanced TV rappresenta ormai il 16% della TV

2025

15,9%

Quota Advanced TV
su TOTALE TV

5,6%

Quota Advanced TV
su TOTALE MERCATO

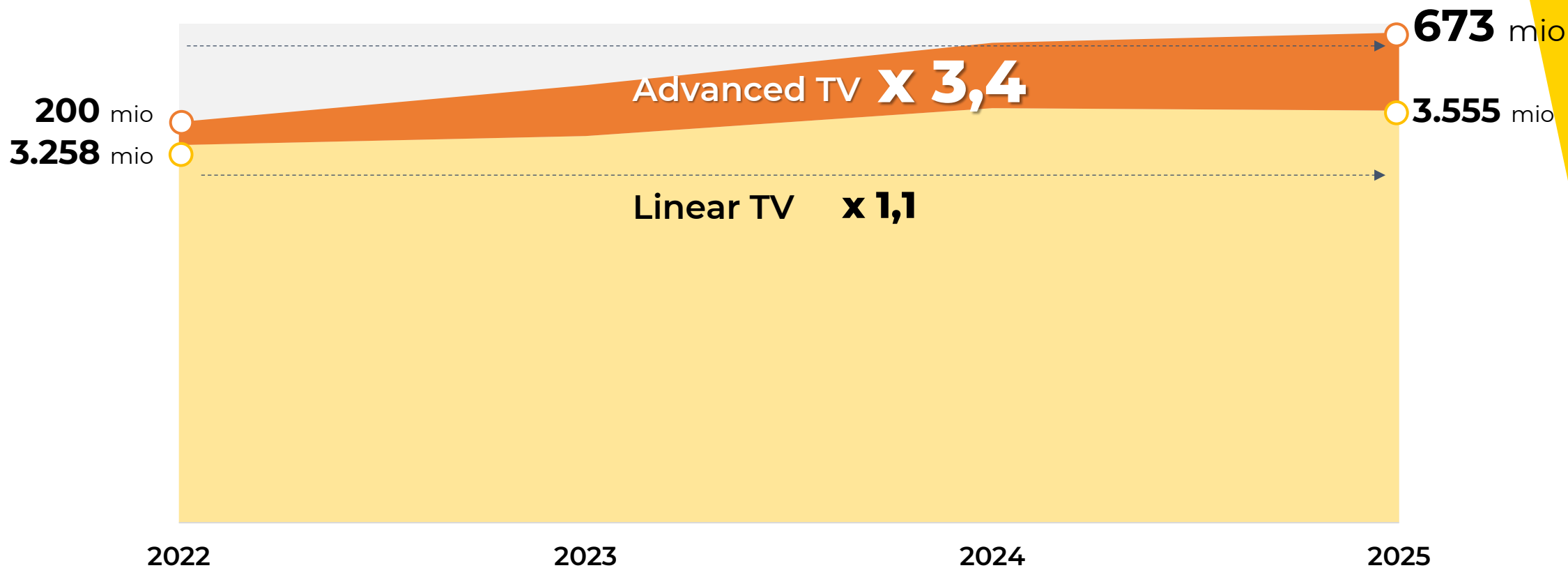
Breakdown TV

milioni € net net



L'Advanced TV spinge le revenue Televisive

TOTALE TV: 4.228 mio



Un comparto sostenuto da un'arena sempre più ampia

TV LINEARE

3.555 mio

Emissione lineare Broadcaster + Calcio
(Dazn e Prime)

ADVANCED TV

673 mio

53%

11%

36%

Quote su
Advanced TV

Broadcaster
(Addressable & On
demand - 1° & 2° screen)

Streamer
(1° & 2° screen)

YouTube
(1° screen)

+19,7%
vs 2024

+34,1%

+15,0%



In sintesi



Valore

673
mio €

(+110 mio vs 2024)



Crescita

+19,4%



Quota su TV

15,9%

(+2,3 p.p. vs 2024)



Quota su Mkt

5,6%

(+0,7 p.p. vs 2024)



Quota Streamer

11,1%

(+1,2 p.p. vs 2024)

Grazie!