

Area

**TREND MERCATI**

Anno 2013

N. Doc

**B-1**

Pagine

**8**

TITOLO

# **GLOBAL ADVERTISING EXPENDITURE FORECAST SEPTEMBER 2013**

Fonte

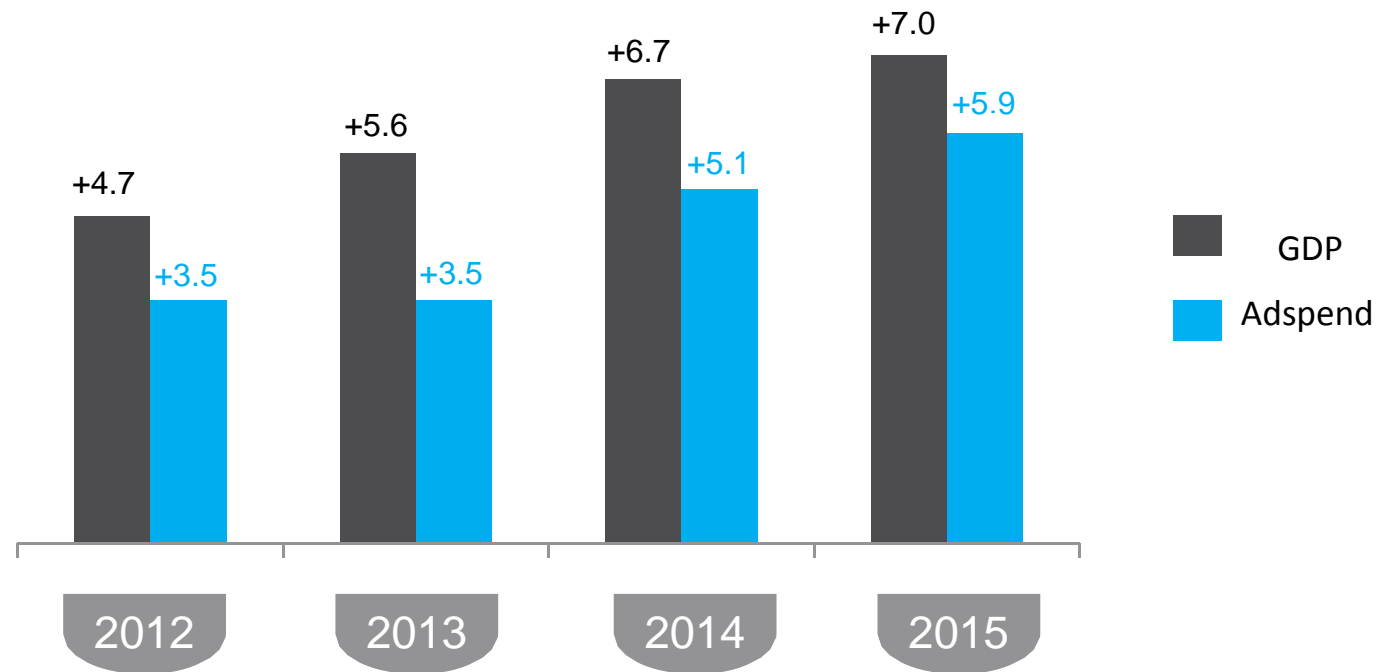
Elaborazioni ANES Monitor su dati ZENITH OPTIMEDIA

## Executive Summary

- ❑ Zenith Optimedia (una delle più grandi centrali media del mondo) prevede che la spesa globale in pubblicità nel 2013 crescerà del 3.5%, raggiungendo una quota complessiva di investimenti pari a 503 miliardi di dollari
- ❑ Rispetto alla precedente stima effettuata nello scorso mese di giugno non si rilevano variazioni significative
- ❑ Per la prima volta non si rende necessario rivedere le stime al ribasso, segno di una certa stabilità del mercato globale
- ❑ Naturalmente le performance differiscono per area geografica e per media

## Growth of advertising expenditure and GDP 2012-2015

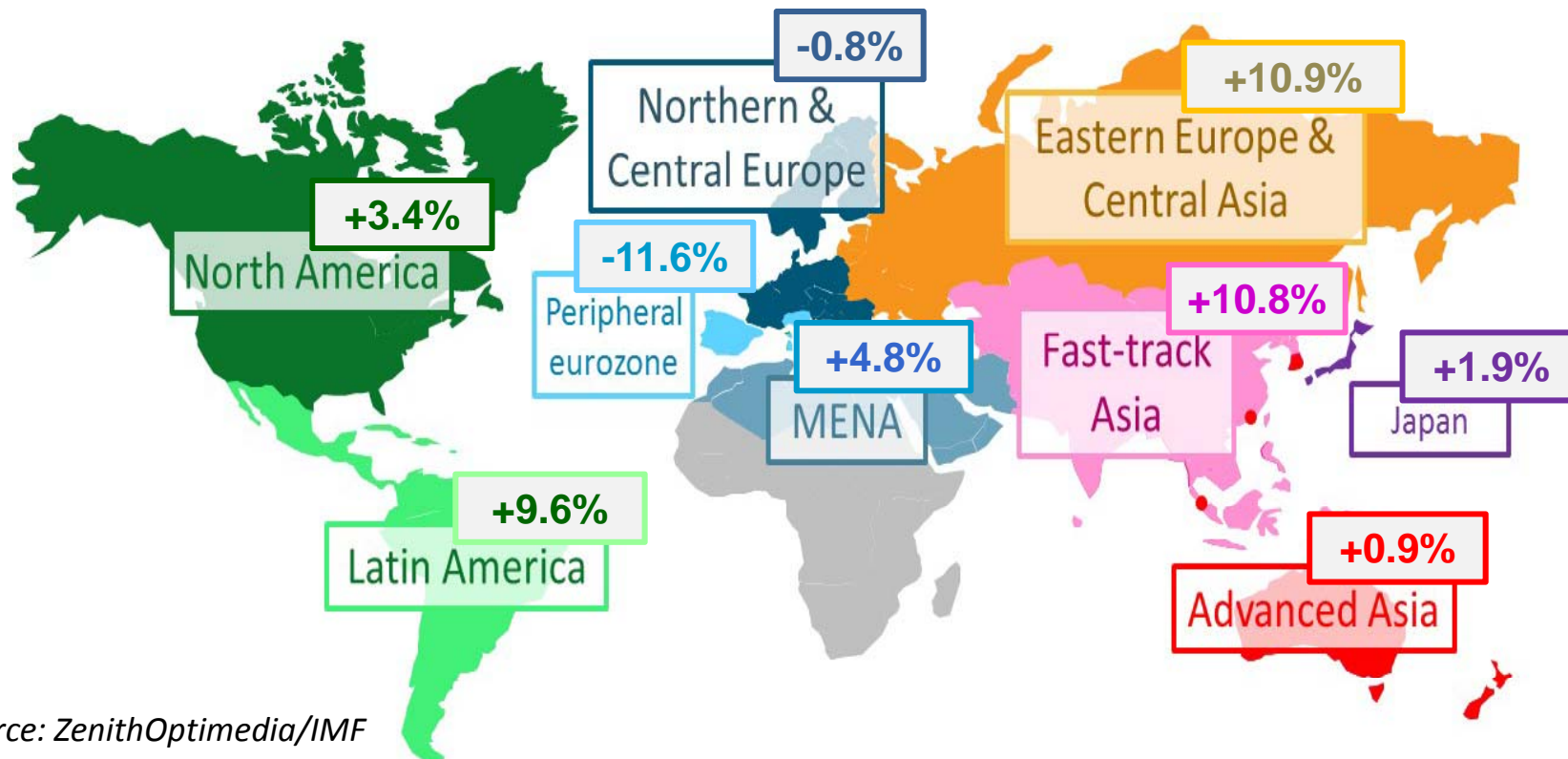
Nei prossimi anni sono previste crescite piuttosto marcate (5.1% nel 2014 e 5.9% nel 2015) basate sul presupposto che l'Europa dovrebbe uscire dalla fase recessiva in cui versa attualmente.



Source: ZenithOptimedia/IMF

## Forecast 2013 by regional bloc and % growth vs. 2012

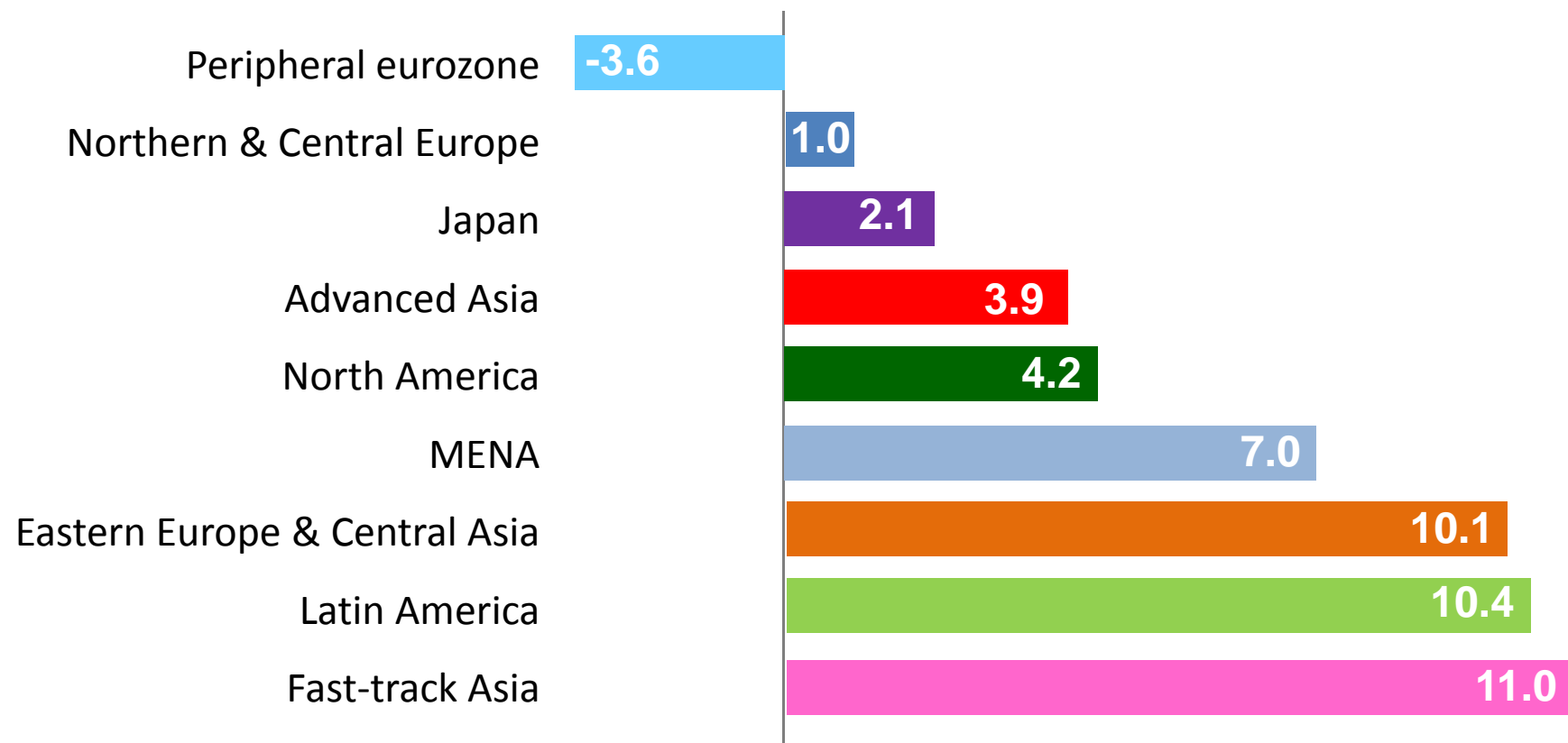
Nel 2013 le aree con il maggior tasso di crescita sono *Eastern Europe & Central Asia* (+10.9%) e *Fast-track Asia* (+10.9%), mentre – purtroppo – le peggiori performance sono quelle della cosiddetta *Peripheral Europe* (Italia, Spagna, Portogallo, Irlanda e Grecia) con un -11.6%



Source: ZenithOptimedia/IMF

## Average annual growth 2011-2015 % by regional bloc

I trend non cambiano di molto se spostiamo l'orizzonte di osservazione sui prossimi 2 anni...



Source: ZenithOptimedia/IMF

## Top ten and markets 2015-2015

Nel 2015 la Francia uscirà dalla top ten dei paesi per peso degli investimenti pubblicitari a favore della Russia, mentre la Corea del Sud scalerà due posizioni del ranking.

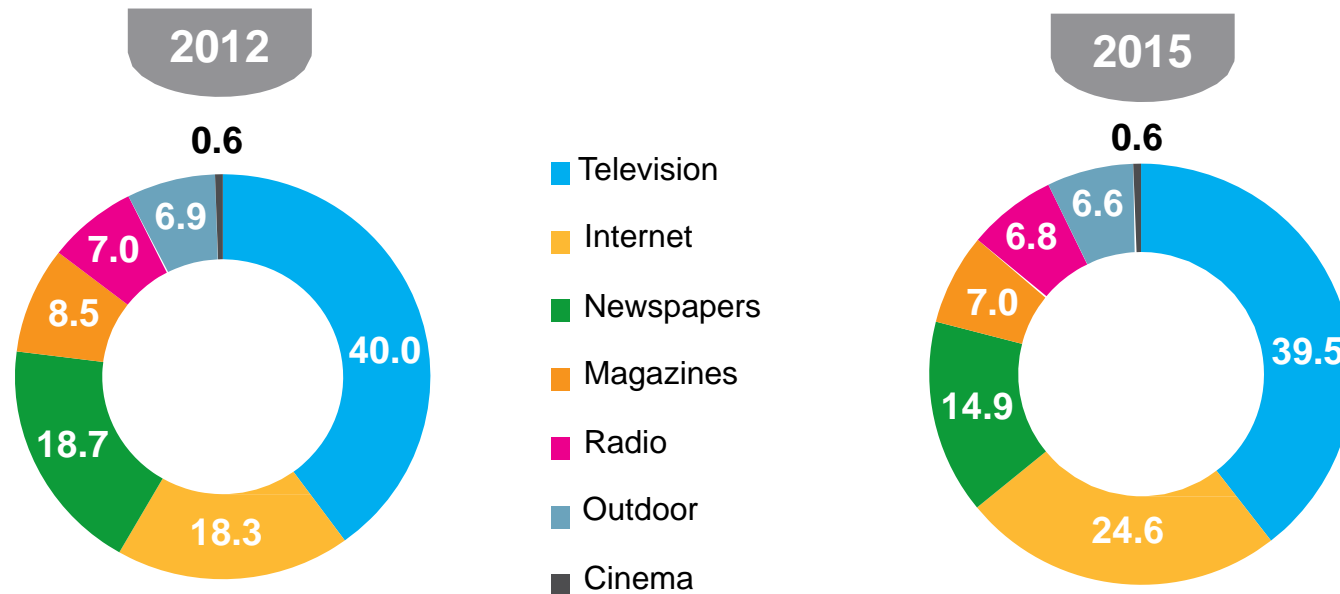
2012		Adspend	2015		Adspend
1	USA	161,241	1	USA	182,272
2	Japan	51,742	2	Japan	55,016
3	China	37,202	3	China	50,190
4	Germany	23,433	4	Germany	23,727
5	UK	19,375	5	UK	21,182
6	Brazil	15,298	6	Brazil	18,131
7	Australia	12,813	7	Australia	13,715
8	France	12,490	8	South Korea	12,917
9	Canada	11,454	9	Canada	12,838
10	South Korea	10,738	10	Russia	12,617

(US\$ million, current prices)

Source: ZenithOptimedia/IMF

## Share of global adspend by medium 201

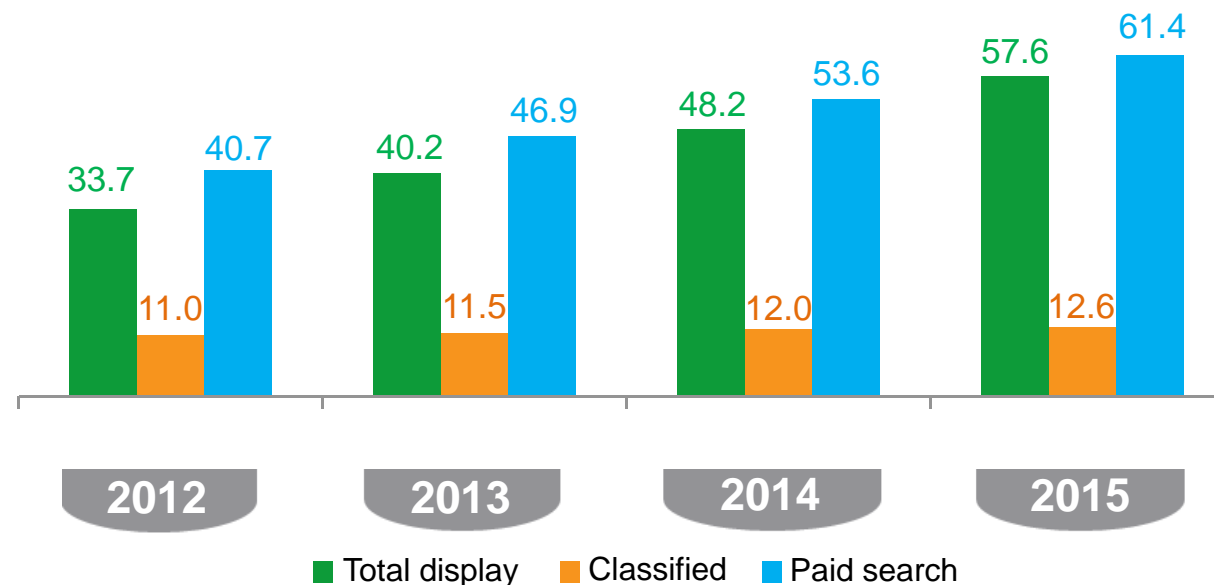
A livello di media si registra un passo indietro dei quotidiani (-3.8%), mentre crescerà nettamente la quota di Internet (+6.3%). Sostanzialmente stabili gli altri mezzi.



Source: ZenithOptimedia/IMF

## Internet adspend by type 2012-2015 US\$bn

Tra le tipologie dell'advertising digitale la *display* registrerà la crescita più sostenuta (20% year-on-year) seguita dal *paid search* (15% year-on-year), mentre il *classified* è previsto sostanzialmente stabile. Inoltre si stima che la pubblicità sul mobile crescerà sette volte più rapidamente rispetto ai device tradizionali (desktop).



Source: ZenithOptimedia/IMF