

GroupM This Year Next Year – Dicembre 2024

GroupM, la media investment company del network WPP, ha pubblicato oggi le sue previsioni di fine anno per il 2024 che esplorano, a livello globale, come alcuni fattori esterni, tra cui tecnologia, cultura, politica ed economia avranno un impatto sulla pubblicità dei prossimi mesi e anni. Il report va oltre l'analisi delle revenue globali dei canali media, includendo la suddivisione delle regioni globali e offrendo approfondimenti sulle categorie di settore come CPG, servizi finanziari, automotive, tecnologia e altro ancora.

I ricavi pubblicitari globali aumenteranno del 9,5% nel 2024, con una revisione al rialzo rispetto alla nostra stima di giugno del 7,8%. Inoltre, quest'anno **il settore pubblicitario supererà, per la prima volta, i 1.000 miliardi di dollari di ricavi totali e salirà del 7,7% nel 2025, raggiungendo i 1.100 miliardi di dollari.**

La maggior parte della crescita di quest'anno andrà direttamente a beneficio dei maggiori seller di pubblicità digitale piuttosto che dei fornitori di servizi di marketing, con alcuni guadagni attribuibili anche a player più piccoli in settori emergenti. Si prevede che le prime cinque società di pubblicità digitale (Google, Meta, ByteDance, Amazon e Alibaba) otterranno più della metà delle adv revenue nel 2024, la maggior parte delle quali sarà ricevuta direttamente da inserzionisti di piccole e medie dimensioni attraverso le loro piattaforme pubblicitarie o da grandi inserzionisti che acquistano direttamente, compresi gli inserzionisti transnazionali.

Riassumendo:

- Prevediamo che i ricavi pubblicitari globali aumenteranno del 9,5% nel corso del 2024, una revisione al rialzo rispetto alla nostra precedente stima dello scorso giugno pari al 7,8%, resa necessaria dai guadagni a due cifre registrati dai maggiori adv seller nei primi nove mesi dell'anno.
- Quest'anno il settore pubblicitario supererà per la prima volta i 1.000 miliardi di dollari di ricavi totali e salirà di un altro 7,7% nel 2025, raggiungendo i 1.100 miliardi di dollari.
- La pubblicità digital pure play rappresenterà il 72,9% dei ricavi totali nel 2025, o l'81,7% se includiamo tutte le estensioni digitali della pubblicità tradizionale, come la TV in streaming, il digital out-of-home (DOOH) e i ricavi di giornali e riviste digitali.
- Queste previsioni escludono la pubblicità politica statunitense a causa del suo forte effetto di distorsione sui dati statunitensi e globali. Nel 2024, le entrate pubblicitarie politiche statunitensi hanno raggiunto 15,1 miliardi di dollari al totale, oltre il 30% in più rispetto all'anno delle elezioni presidenziali del 2020. Tenendo conto delle entrate pubblicitarie politiche, la nostra previsione di crescita globale per il 2024 è del 10,7% per poi rallentare al 6,4% nel 2025.

Aggiornamenti sui mezzi:

- **Digital Pure-Play:** si prevede una crescita globale del 12,4% nel 2024 e del 10% nel 2025. È il segmento più grande dei ricavi pubblicitari a livello globale.
 - Rappresenterà il 72,9% della pubblicità totale nel 2025 e il 76,8% nel 2029.
 - La Search come la definiamo attualmente (principalmente Google, Baidu, Bing e Naver) crescerà del 10,1% nel 2024 e del 7,8% nel 2025.
 - La più grande categoria di ricavi digital pure play, che comprende i social media e le piattaforme di video online come TikTok e Red (e la maggior parte di YouTube), prevede una crescita del 12,9% nel 2024.
 - Il Retail Media globale è cresciuto del 18,2% nel 2024 e ci si aspetta aumenterà del 9,1% all'anno su base composta fino al 2029. Per il 2025 si prevede che le revenue raggiungano i 176,9 miliardi di dollari, superando per la prima volta i ricavi televisivi totali (compreso lo streaming) e rappresentando il 15,9% della pubblicità totale.

- **TV (comprende i ricavi lineari e dello streaming, ma non quelli politici):** crescerà solo del 2,4% su base composta tra il 2024 e il 2029, in modo significativamente più lento rispetto alla crescita totale della pubblicità del 6,4%.
 - La TV lineare ne rappresenterà il 72,6%, con un calo del 3,4% dei ricavi nel 2025 rispetto al 2024. La TV in streaming, invece, è prevista in crescita del 19,3% nel 2025, ma comunque entro il 2029 rappresenterà solo il 37,5% dei ricavi televisivi totali.
- **L'Out of Home (OOH):** crescerà del 7,1% nel 2025.
 - Si prevede che nel 2025 rappresenterà il 5% dei ricavi pubblicitari totali.
 - Nel 2025, stimiamo che il DOOH rappresenterà il 42% dei ricavi totali dell'OOH, più della penetrazione della TV (27%) o dell'audio (31%).
- **Audio:** rimarrà pressoché invariato nel 2025, crescendo solo dello 0,3% fino a 27 miliardi di dollari nel 2025 e registrando poi una leggera flessione in ciascuno dei quattro anni successivi.
 - Lo streaming audio registrerà una crescita a due cifre nel 2024 e ci si aspetta una crescita del 4,4% su base annua composta fino al 2029.
- **Stampa:** comprensiva di tutti i formati tradizionali e digitali di quotidiani e riviste, vedrà un calo del 4,5% nel 2024 e di un ulteriore 3% nel 2025.
- **Cinema:** si stima che la pubblicità crescerà del 5,2% nel 2024 e di un ulteriore 5,9% nel 2029, anche se il totale di 2,3 miliardi di dollari sarà ancora inferiore rispetto ai 3 miliardi di dollari del 2019.

I 10 mercati top:

- **STATI UNITI**
 - Si prevede che i ricavi pubblicitari negli Stati Uniti cresceranno del 9% nel 2024, raggiungendo i 379 miliardi di dollari (escludendo l'impatto della pubblicità politica) e del 7% nel 2025.
 - Nonostante l'aumento del costo dei prestiti e le indicazioni più caute di alcuni retailer, tra cui i negozi di elettronica e di articoli per la casa, i consumatori americani che continuano a spendere, soprattutto attraverso le principali piattaforme digitali come Amazon e Walmart, sono sufficienti a sostenere le nostre stime di crescita digitale del 13% nel 2024 e del 9,9% nel 2025.
- **CINA**
 - Stimiamo che i ricavi pubblicitari totali aumenteranno del 13,5% nel 2024, prima di rallentare nei cinque anni successivi fino a raggiungere una previsione del 3,2% nel 2029.
 - Le revenue pubblicitarie totali nel 2024 sono previste a 204,5 miliardi di dollari, cifra che raggiungerà i 260,5 miliardi di dollari entro il 2029. Per il 2025 si prevede una crescita del 10,3% a 225,6 miliardi di dollari.
- **REGNO UNITO**
 - Il mercato pubblicitario del Regno Unito registrerà una crescita significativa nel 2024, raggiungendo i 53,2 miliardi di dollari, con un aumento dell'8,3% rispetto allo scorso anno. Questo dato consolida la posizione del Regno Unito come il più grande mercato pubblicitario europeo, superando la crescita prevista per l'intera regione.
 - Rispetto alle nostre previsioni per il 2024 dello scorso giugno, ora ci aspettiamo una ripresa migliore nel 2025 e abbiamo quindi aggiornato la crescita pubblicitaria del Regno Unito dal 4,4% al 7%.

- **GIAPPONE**

- I ricavi pubblicitari dovrebbero crescere del 4,5%, raggiungendo i 52,5 miliardi di dollari nel 2024.
- Per il 2025, prevediamo un ulteriore aumento del 4%, toccando i 54,6 miliardi di dollari, e un ritmo di crescita analogo fino al 2029.

- **GERMANIA**

- I ricavi pubblicitari totali dovrebbero crescere del 6,3% nel 2024, raggiungendo i 37,6 miliardi di dollari, con una revisione al rialzo rispetto alla crescita del 4,1% della nostra proiezione dello scorso giugno.
- Per il 2025, prevediamo un'ulteriore crescita del 4,5% a 39,3 miliardi di dollari.

- **FRANCIA**

- I Giochi Olimpici di Parigi 2024 hanno avuto un effetto stimolante sul mercato francese, con una crescita del totale degli annunci dell'8,5% pari a 30,5 miliardi di dollari nel 2024.
- Questo effetto, tuttavia, si è ridotto dopo la fine delle Olimpiadi e si prevede che nel 2025 la crescita sarà più modesta, pari al 4,9%.

- **CANADA**

- I ricavi pubblicitari totali del Canada cresceranno del 9,7% nel 2024, raggiungendo i 21,2 miliardi di dollari, con una crescita prevista per il 2025 di un ulteriore 10,5%
- Il digital pure-play crescerà del 12,5% nel 2024, raggiungendo i 15,8 miliardi di dollari e rappresentando il 74,7% di tutti i ricavi pubblicitari in Canada.

- **BRASILE**

- La pubblicità totale in Brasile crescerà dell'11,6% nel 2024, raggiungendo i 21,1 miliardi di dollari, con aumenti a due cifre previsti fino al 2027.
- Per il 2024, la crescita è prevista su tutti i canali media, con l'unica eccezione dei periodici. Infatti, le entrate del digitale sono state superate da quelli dell'outdoor.

- **INDIA**

- I ricavi pubblicitari totali per il 2024 cresceranno del 10,2%, raggiungendo i 18,5 miliardi di dollari.
- Una crescita costante nei prossimi cinque anni porterà il fatturato a 29,8 miliardi di dollari entro la fine del 2029.

- **AUSTRALIA**

- La spesa pubblicitaria totale in Australia crescerà del 2,2% nel 2024, raggiungendo i 17,5 miliardi di dollari. Prevediamo un ulteriore aumento del 3,7% nel 2025.
- Le elezioni federali del 2025 porteranno probabilmente a un aumento della spesa pubblicitaria, con una crescita del 150%-160% nella categoria politica anno su anno.