ΟΛΟ ΚΑΙ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΑΝΟΔΟΣ

Η διαφημιστική επένδυση επιστρέφει δυναμικά

Η διαφημιστική αγορά σε όλο τον πλανήτη επιστρέφει δυναμικά μετά την πανδημία, όπως αποκαλύπτει το τριμηνιαίο report του **WARC** για τις παγκόσμιες τάσεις της διαφήμισης. Μετά το ισχυρό σοκ της πανδημίας, η διαφήμιση επιστρέφει δυναμικά κάνοντας όμως σαφείς διαχωρισμούς ανάμεσα στα «κανάλια» επικοινωνίας που επιλέγουν οι εταιρίες να επενδύσουν. Όπως αποδεικνύουν τα στοιχεία, η παγκόσμια διαφημιστική επένδυση αυξήθηκε κατά 23,6% στα 157,6 δισ. δολάρια στο δεύτερο τρίμηνο του 2021 – σημειώνοντας όχι μόνο ρεκόρ δεύτερου τριμήνου αλλά και την υψηλότερη ανάπτυξη της δεκαετίας. Οι εξαιρετικές επιδόσεις ακολούθησαν την ανάπτυξη 12,5% του πρώτου τριμήνου. Συνολικά στο εξάμηνο, η διαφημιστική επένδυση ήταν 17,8% υψηλότερη σε σύγκριση με την ίδια περίοδο το 2020.

Τα εντυπωσιακά αυτά μεγέθη, οδηγούν την αγορά σε τροχιά ανάπτυξης κατά 12,6% το 2021, σχεδόν διπλάσια από το 6,7% που είχε αρχικά προβλεφθεί. Επιπλέον ανάπτυξη της τάξης του 8,2% προβλέπεται για το 2022, οπότε η παγκόσμια διαφημιστική αγορά θα αποτιμάται πάνω από τα 700 δισ. δολάρια...

Η επένδυση το 2020 στα λεγόμενα «παραδοσιακά» media, όπως ο έντυπος Τύπος, το ραδιόφωνο, η τηλεόραση και ο κινηματογράφος, μειώθηκε κατά 1/5, δηλαδή κατά 63 δισ. δολάρια, καταγράφοντας τη χειρότερη επίδοση του κλάδου στα 40 χρόνια αναλύσεων του WARC. Αντίθετα, η διαφημιστική επένδυση στα ψηφιακά μέσα αυξήθηκε κατά 9,4% (αύξηση της τάξης των 29,2 δισ. δολαρίων) την περασμένη χρονιά, με επενδύσεις σε δίκτυα ηλεκτρονικού εμπορίου (27,4%), σε social media (18,3%) και σε online video (15,9%).

Όσον αφορά στην κατανομή του budget , τα online media, κέρδισαν 10 μονάδες πέρυσι στις κατηγορίες της αυτοκίνησης και των οικονομικών υπηρεσιών, ένα ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό, σχεδόν διπλάσιο από εκείνο που υπήρχε την περίοδο προ πανδημίας.

Η διαφημιστική επένδυση στα ψηφιακά μέσα αναμένεται να αυξηθεί κατά 35,2% φέτος, ωφελώντας κυρίως την **Amazon**. Η επένδυση των brands στο search-με την **Google** να κατέχει την πρώτη θέση -αναμένεται να αναπτυχθεί κατά 26,2% φέτος ενώ η δαπάνη στα online videos θα αυξηθεί κατά 17,7% και στα social media κατά 13,1% το 2021. *«Η διαφημιστική επένδυση στο διαδίκτυο έχει ήδη ξεπεράσει κατά 20 μονάδες την αντίστοιχη επένδυση στα «παραδοσιακά» media αλλά στο τελευταίο τρίμηνο του 2020, η διαφορά αυτή εκτινάχθηκε στις 41 μονάδες-σημειώνοντας ένα χάσμα ύψους 41 δισ. δολαρίων ανάμεσα στα μέσα αυτά»*, δήλωσε ο **James McDonald,** Διευθυντής Σύνταξης του WARC Data.

Θα πρέπει να σημειωθεί πως και το πιο πρόσφατο **Ad Spend Report** της **Dentsu** καταδεικνύει πως η παγκόσμια διαφημιστική αγορά επιστρέφει δυναμικά και θα καταφέρει με άνεση να αναστρέψει την πτώση που σημείωσε το 2020 ως αποτέλεσμα της πανδημίας.

Η στήλη Business Good News αποτελεί συνεργασία της Direction Business Network με το Σύνδεσμο Διαφημιζομένων Ελλάδος και δημοσιεύεται σε εβδομαδιαία βάση στα newsletters Business Today και Retail Today. Στόχος της πρωτοβουλίας είναι να αναδεικνύονται οι επιχειρηματικές ειδήσεις με θετικό και αισιόδοξο πρόσημο από την εγχώρια και διεθνή πραγματικότητα.

ΕΛΛΑΔΑ: ΒΕΛΤΙΩΝΕΤΑΙ ΣΑΝ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ

Σε ένα περιβάλλον αυξημένης αβεβαιότητας, ισχυρού ανταγωνισμού και νέων παραμέτρων, όπως οι πιέσεις για περισσότερη και πιο βιώσιμη ανάπτυξη και η επιτάχυνση της ψηφιοποίησης της οικονομίας, που επηρεάζουν σημαντικά τις επενδυτικές αποφάσεις, η εικόνα της παγκόσμιας επενδυτικής κοινότητας για την ελκυστικότητα της Ελλάδας ως επενδυτικού προορισμού βελτιώνεται σημαντικά. 7 στους 10 επενδυτές αναγνωρίζουν ότι η χώρα ακολουθεί σήμερα μια αποτελεσματική πολιτική προσέλκυσης επενδύσεων. Παράλληλα, οι επιχειρήσεις εξακολουθούν να εκτιμούν ότι χρειάζονται παρεμβάσεις σε μια σειρά από κρίσιμους τομείς, για να βελτιωθεί περαιτέρω το επενδυτικό κλίμα. Αυτά είναι μερικά από τα ευρήματα της τρίτης κατά σειρά μεγάλης έρευνας της **ΕΥ Ελλάδος, EY Attractiveness Survey Ελλάδα 2021,** με θέμα την ελκυστικότητα της χώρας ως επενδυτικού προορισμού. Το ποσοστό όσων εκτιμούν ότι η εικόνα της χώρας έχει βελτιωθεί τον τελευταίο χρόνο, εκτινάχθηκε από 38% σε 62%, ενώ τρεις στους τέσσερις επενδυτές (75%) αναμένουν περαιτέρω βελτίωση την επόμενη τριετία, το υψηλότερο ποσοστό μεταξύ των χωρών όπου πραγματοποιήθηκαν παρόμοιες έρευνες φέτος! Συγχρόνως, 71% των επιχειρήσεων, από 62% το 2020 και 50% το 2019, πιστεύουν ότι η χώρα μας ακολουθεί, σήμερα, μια ελκυστική πολιτική για τις επενδύσεις.