

ΤΙ ΔΕΙΧΝΟΥΝ ΤΑ REPORTS ΤΟΥ WARC ΚΑΙ ΤΟΥ EMARKETER

Ρεκόρ ανάπτυξης για την παγκόσμια δαπάνη

Η παγκόσμια διαφημιστική αγορά δείχνει να έχει καλύψει σε μεγάλο βαθμό τις απώλειες που προκάλεσε η Covid-19 το 2020 και σύμφωνα με στοιχεία του **WARC** πρόκειται να αγγίξει το 1 τρισ. δολάρια το 2025. Η έρευνα καταδεικνύει πως φέτος η παγκόσμια διαφημιστική δαπάνη αναμένεται να αυξηθεί κατά 23,8% αγγίζοντας τα 771 δισ. δολάρια. Πρόσθετη ανάπτυξη 12,5% και 8,3% αναμένεται για το 2022 και το 2023, αντίστοιχα, με τις πλατφόρμες e-commerce να εκτιμάται πως θα διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο σε αυτή την άνοδο. Επίσης, η έρευνα που πραγματοποίησε πρόσφατα το WARC και στην οποία συμμετείχαν πάνω από 1.350 στελέχη marketing, προκρίπτει πως δύο στους τρεις διαφημιζόμενους που ήδη επενδύουν στην **Amazon** για την επικοινωνία τους, σκοπεύουν να αυξήσουν το budget τους για την πλατφόρμα. Ανάλογο ποσοστό δηλώνει πως σχεδιάζει να αυξήσει τη διαφημιστική του δαπάνη στο **TikTok** την επόμενη χρονιά, ενώ διάθεση περαιτέρω επένδυσης καταγράφεται και για **YouTube** (61%), **Instagram** (60%) και **Google** (57%) όσον αφορά το 2022. Όλοι οι τομείς του επιχειρείν εκτιμάται πως θα προχωρήσουν το 2022 σε διαφημιστικές επενδύσεις μεγαλύτερες από εκείνες που υλοποιούσαν στην προ-Covid εποχή. Επίσης, αξίζει να αναφερθεί πως η ανάκαμψη της διαφημιστικής δαπάνης δείχνει να αφορά τους περισσότερους τομείς της αγοράς, με εξαίρεση τον τουρισμό και τις μεταφορές.

Ανάλογα ευρήματα περιλαμβάνει και πρόσφατο report του **emarketer**, που αναφέρει πως χάρη σε μια άνευ προηγουμένου αύξηση της ψηφιακής διαφήμισης, η συνολική παγκόσμια διαφημιστική δαπάνη κατέγραψε ρεκόρ ανάπτυξης τη φετινή χρονιά. Το 2021, τα παραδοσιακά μέσα, το digital και το συνολικό ad spending δίνουν τα υψηλότερα ποσοστά αύξησης δαπάνης από τότε που ξεκίνησε η καταγραφή τους διεθνώς, το 2011. Οι συνθήκες της πανδημίας προκάλεσαν μείωση της παγκόσμιας διαφημιστικής επένδυσης κατά 1,2% το 2020. Ωστόσο, χάρη στην ανάκαμψη του 2021, το συνολικό spending μέχρι το τέλος του έτους θα ξεπεράσει κατά πολύ τα προ πανδημίας επίπεδα του 2019. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με το **eMarketer**, η συνολική παγκόσμια διαφημιστική δαπάνη αναμένεται να αυξηθεί κατά 19,9% φέτος, φθάνοντας, σύμφωνα με τους δικούς του υπολογισμούς, τα 780,59 δισ. δολάρια. Ωστόσο, η αρχική πρόβλεψη για ανάπτυξη ήταν 15,0%. Αυτό ισουδυναμεί με 32,92 δισ. δολάρια περισσότερα από ό,τι αναμενόταν αρχικά. Πάντα σύμφωνα με το συγκεκριμένο report, η παγκόσμια ψηφιακή δαπάνη θα αυξηθεί κατά 29,1% φέτος. Αναμένεται να ανέλθει τελικά στα 491,70 δισ. δολάρια, ξεπερνώντας σημαντικά τα 455,30 δισ. δολάρια για τα οποία έκαναν λόγο οι προβλέψεις των ειδικών κατά το πρώτο τρίμηνο του 2021.



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 ειδήσεις με θετικό και αισιόδοξο πρόσημο από την εγχώρια και διεθνή πραγματικότητα.

Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΔΙΑΚΡΙΝΕΤΑΙ ΕΚΤΟΣ ΣΥΝΟΡΩΝ

Εβδομάδα έντονης εξωστρέφειας και διεθνούς αναγνώρισης ήταν η προηγούμενη για την ελληνική διαφήμιση. Αναλυτικότερα, **Αθηναϊκή Ζυθοποιία** και **Soho Square** τιμήθηκαν με Silver διάκριση στα **2021 Effie Awards Europe**. Το βραβείο ήρθε στην κατηγορία Best of Europe - Sustained Success για τη συνεργασία τους για το brand της μπίρας **Άλφα**. Επίσης, έγινε γνωστό πως η **The Newtons Laboratory**, με 5 συμμετοχές, και η **McCann Athens**, με μία συμμετοχή, συμπεριλαμβάνονται στις shortlist των Eurobest και διεκδικούν διάκριση στη φετινή 33η διοργάνωση του θεσμού. Ακόμη, η νέα ταινία των **Mondelēz** και **Ogilvy** για τη **Lacta** με θέμα την έμφυλη βία και τίτλο «Μη με αφήσεις ποτέ», έτυχε σημαντικής και άκρας θετικής κάλυψης σε διεθνή μέσα όπως τα **Adage**, **Adweek** και **Drum**. Τέλος, αναφοράς χρήζει και η χρυσή διάκριση που έλαβε η **Westnet**, μέλος του ομίλου εταιρειών **Olympia** στα διεθνή βραβεία **MarCom Awards 2021**, για την επιτυχημένη καμπάνια μάρκετινγκ που υλοποίησε νωρίτερα μέσα στη χρονιά, στο πλαίσιο του λανσαρίσματος των προϊόντων οικιακού κλιματισμού της **AUX** στην Ελλάδα.