

ΕΚΘΕΣΗ ΤΟΥ WARC

Πάνω από 1 τρισ. δολάρια η διαφημιστική επένδυση

Η παγκόσμια διαφημιστική επένδυση ξεπέρασε το 1 τρισεκατομμύριο δολάρια, για πρώτη φορά φέτος, σύμφωνα με τα δεδομένα της έκθεσης **Global Ad Spend Outlook 2024/25** της **WARC**. Η τριμηνιαία παρακολούθηση είχε ήδη δείξει ότι η δαπάνη είχε αυξηθεί κατά 11,2% παγκοσμίως κατά τους πρώτους έξι μήνες του 2024.

Η έκθεση βασίζεται σε συγκεντρωτικά δεδομένα από 100 αγορές παγκοσμίως. Το νέο όμως για αυτήν την έκδοση είναι ότι αξιοποιήθηκε το neural δίκτυο της WARC, ένα προηγμένο μοντέλο μηχανικής μάθησης με neural δίκτυο, το οποίο δημιουργεί μοτίβα διαφημιστικών επενδύσεων βασισμένα σε περισσότερα από δύο εκατομμύρια δεδομένα, τα οποία περιλαμβάνουν μακροοικονομικά δεδομένα, τα έσοδα των media owners, τις δαπάνες μάρκετινγκ από τους μεγαλύτερους διαφημιζόμενους στον κόσμο, τις τάσεις κατανάλωσης των μέσων, καθώς και τον πληθωρισμό του κόστους των μέσων. Πρόκειται για ένα από τα πιο ολοκληρωμένα μοντέλα για την αγορά της διαφήμισης που διαθέτει σήμερα ο κλάδος. Όπως φαίνεται, οι παγκόσμιες διαφημιστικές επενδύσεις αναμένεται να αυξηθούν κατά 10,7% φέτος, φτάνοντας συνολικά τα 1,08 τρισεκατομμύρια δολάρια, με τα διαδικτυακά μέσα ενημέρωσης να πρωτοστατούν. Πρόκειται για τον ισχυρότερο ρυθμό ανάπτυξης που έχει καταγραφεί τα τελευταία έξι χρόνια και για τη μεγαλύτερη απόλυτη άνοδο, με μοναδική εξαίρεση την ανάκαμψη που είχε σημειωθεί το 2021, την περίοδο μετά την πανδημία Covid-19, όπου η αύ-

ξηση είχε αγγίξει το 27,9% (από έτος σε έτος). Η νέα πρόβλεψη σηματοδοτεί μια αναβάθμιση κατά 2,3 ποσοστιαίες μονάδες (pp), σε σχέση με την τελευταία παγκόσμια πρόβλεψη της WARC τον περασμένο Αύγουστο, η οποία, εάν επιτευχθεί, θα είναι η πιο σημαντική άνοδος από την τελευταία που καταγράφηκε το 2023, κατά 5,7%. Όπως χαρακτηριστικά ανέφερε ο **James McDonald**, διευθυντής Δεδομένων, Πληροφοριών και Προβλέψεων της WARC και συγγραφέας της έρευνας, «η πιο πρόσφατη πρόβλεψή μας κάνει λόγο για 104 δισεκατομμύρια δολάρια σε πρόσθετη διαφημιστική δαπάνη παγκοσμίως φέτος, τη μεγαλύτερη άνοδο στην ιστορία, αν δεν λάβουμε υπόψη το 2021, έτος ανάκαμψης μετά την πανδημία», ενώ συνέχισε εξηγώντας: «Το αν αυτή η “έκρηξη” θα συνεχιστεί, παραμένει ασαφές, ωστόσο το 2025 αναμένονται εξελίξεις που ίσως να μπορούν να αλλάξουν την τροχιά των μελλοντικών γεγονότων, όπως για παράδειγμα οι ρυθμιστικές πιέσεις στην Google και στο TikTok, που συνδυαστικά απορροφούν το ένα τέταρτο της διαφημιστικής αγοράς, αν εξαιρεθεί η Κίνα. Σε συνδυασμό με το ολόένα και πιο ασταθές γεωπολιτικό κλίμα, αυτές οι εξελίξεις ίσως να σηματοδοτούν τον ερχομό αβέβαιων εποχών για τις επιχειρήσεις που βασίζονται στη διαφημιστική δραστηριότητα». Οι παγκόσμιες επενδύσεις σε διαφήμιση έχουν υπερδιπλασιαστεί την τελευταία δεκαετία, ενώ από το 2014 αυξάνονται κατά 2,8 φορές ταχύτερα σε σύγκριση με την παγκόσμια οικονομία. Ανάπτυξη αναμένεται και για το επόμενο έτος, κατά 7,6%, όπως και για το 2026, κατά 7%.



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.

Ο **ΣΔΕ** χαιρετίζει την αύξηση της παγκόσμιας διαφημιστικής δαπάνης, καθώς κάθε ένα ευρώ που επενδύεται σε ενέργειες διαφήμισης και επικοινωνίας παράγει υπερπολλαπλάσια οικονομική και δημοσιονομική δραστηριότητα. Και εύχεται, κάθε ένα ευρώ να επενδύεται με τρόπο αποτελεσματικό, υπεύθυνο και βιώσιμο, όπως ακριβώς ορίζει το Better Marketing.

Βασικά σημεία της έκθεσης

- Προβλεπόμενη αύξηση 10,7% στην παγκόσμια δαπάνη φέτος, που ισοδυναμεί με επιπλέον 104 δισεκατομμύρια δολάρια σε επενδύσεις για τους διαφημιζόμενους, τη δεύτερη υψηλότερη απόλυτη άνοδο στην ιστορία.
- Ένα στα πέντε δολάρια (22,1%) που δαπανάται για διαφήμιση εκτός Κίνας καταβάλλεται στην Google.
- Οι διαφημιζόμενοι πρόκειται να επενδύσουν 299 δισεκατομμύρια δολάρια κατά την εορταστική περίοδο, με τις διαδικτυακές πλατφόρμες να είναι οι μεγαλύτεροι ωφελούμενοι. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η Amazon, η οποία είχε έσοδα 16,9 δισεκατομμύρια δολάρια από διαφημίσεις μόνο κατά την περίοδο των εορτών.