

Mediul digital din România va atrage 25% din bugetele de media ale companiilor până în 2023

Investitiile în publicitate în România vor scadea cu 3,5% în acest an, iar mediul digital din țara noastră va atrage un sfert din bugetele media până în 2023, potrivit unei estimări a companiei de consultanță Zenith.

Piata globală de publicitate și-a revenit mai rapid decât fusese prognozat, după caderea severă din T2 cauzată de pandemia de coronavirus, iar, potrivit analizei Zenith Advertising Expenditure Forecasts, va încheia anul 2020 cu o scădere de 7,5%, la valoarea de 587 miliarde de dolari. Este o îmbunătățire semnificativă față de prognoza Zenith din iulie, care prevedea o scădere de 9,1%.

Zenith estimează că, la nivel mondial, investițiile în publicitate vor crește cu 5,6%, atingând 620 miliarde de dolari în 2021, creștere ajutată de situația excepțională din 2020, precum și de amânarea Jocurilor Olimpice de vară și a turneului de fotbal UEFA Euro.

În ciuda acestui stimul, cheltuielile vor rămâne sub valoarea de 634 miliarde de dolari cheltuită în 2019. În 2022, investițiile în publicitate vor crește cu 5,2% și vor ajunge la 652 miliarde de dolari, depășind anul 2019 cu 18 miliarde de dolari; cu toate acestea, vor fi mai mici cu aproximativ 70 miliarde de dolari decât ar fi fost dacă ar fi urmat cursul pre-pandemic.

În România, Zenith preconizează o scădere cu 3,5% a investițiilor media până la sfârșitul anului, cinema, presa, radio și outdoor fiind mediile cele mai afectate. Începând cu 2021, este așteptată o ușoară revenire a pieței de publicitate, iar pentru 2022, o creștere de 2,2%, susținută în principal de investițiile din TV și Digital.

Aceste previziuni se bazează pe ipoteza că economia globală va începe să se redreseze în ritm susținut, după introducerea în 2021 a vaccinurilor împotriva Covid-19, și sunt supuse incertitudinii despre cât de rapidă va fi această redresare.

Zenith estimează că investițiile globale în publicitatea digitală vor crește cu 1,4% în 2020 și își vor mări cota din totalul investițiilor în publicitate la 52%, de la 48% în 2019.

Românii s-au adaptat schimbărilor - numărul de ore petrecute online a crescut, tot mai mulți au început să folosească noi servicii online din cele mai diverse domenii: activități educative, recreative, diverse aplicații online, cumpărături. În 2020, aproape un sfert dintre români au făcut cumpărături online cel puțin o dată pe lună, procent în creștere față de anul trecut.

Astfel, Zenith se așteaptă ca mediul digital să atragă tot mai multe investiții și până la sfârșitul anului 2023 să cumuleze 25% din totalul bugetelor de media din România (față de 21%, cât a preconizat pentru 2020).