

Pubblicità, l'anno prossimo crescerà del 5,7% a livello mondiale

Investimenti pubblicitari globali in crescita del 5,7% nel 2016 per un totale che supererà i 500 miliardi di dollari per la prima volta (456 miliardi di euro). Sono le previsioni della società di ricerca londinese Ihs, secondo la quale nell'anno che sta finendo la raccolta è cresciuta del 3,1% a 497 miliardi di dollari (453,4 miliardi di euro).

La pubblicità video diventerà sempre più rilevante e peserà per un quarto di tutto il display advertising grazie all'attività delle

società tecnologiche, dei broadcaster e degli editori tradizionali che incrementeranno la propria offerta investendo in video properties ma anche espandendosi su Facebook, YouTube e Twitter.

Nel 2015 la televisione è cresciuta dell'1,7%, arrivando a 191 miliardi di dollari (174 miliardi di euro), una performance frenata da quanto accaduto negli Stati Uniti, il mercato più grande, dove la raccolta è scesa dell'1,4%.

Facebook, secondo la società di ricerca, continuerà ad attrarre i

budget delle piccole aziende e capitalizzerà soprattutto su video e mobile. Il social oggi rappresenta il 52,5% di tutto il mobile advertising del 2015 e dovrebbe crescere del 60% nel 2016.

Per Ihs gli editori tradizionali potranno trovare salvezza in un ambiente pubblicitario online molto competitivo lanciando serie video originali, mentre i broadcaster, che già hanno questo genere di contenuti, dovranno continuare a stringere accordi con società di tecnologia pub-

blicitaria che consentano loro di espandere e migliorare i ricavi. Per contro, il search advertising, una porzione molto forte della raccolta online, comincerà a mostrare stanchezza.

La pubblicità sulla carta stampata, infine, è scesa nel 2015 per il quarto anno consecutivo a livello globale, con un calo del 5,6% finendo l'anno a 95 miliardi di dollari (86,6 miliardi di euro). Secondo gli analisti il declino continuerà anche nei prossimi cinque anni ma a un tasso molto più lento.