



**DADOS
COMENTADOS:
GLOBAL DIGITAL
AD SPEND 2017**

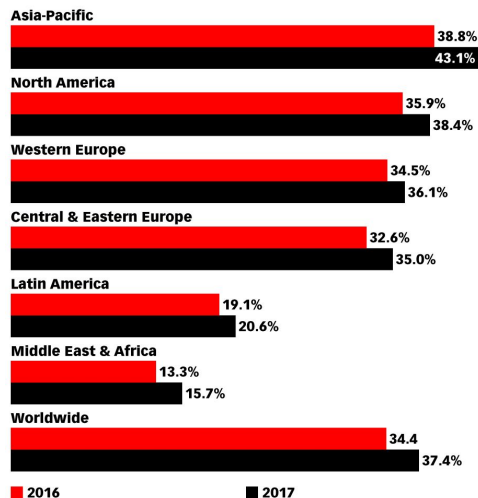
iab.
brasil

*A série **Dados Comentados** foi criada com o intuito de trazer informações relevantes sobre o mercado digital em diferentes temáticas, indústrias e momentos de oportunidade. O IAB Brasil traz esse material para fomentar discussões importantes dentro da sua empresa, provocando questionamentos desde suas estratégias de comunicação e investimento até o mindset organizacional sobre o que o digital.*

Global Digital Adspend 2017



Digital Ad Spending as a Percent of Total Media Ad Spending Worldwide, by Region, 2016 & 2017



Note: includes advertising that appears on desktop and laptop computers as well as mobile phones, tablets and other internet-connected devices, and includes all the various formats of advertising on those platforms; excludes SMS, MMS and P2P messaging-based advertising
Source: eMarketer, March 2016

215201

www.eMarketer.com

Quando falamos sobre o investimento em publicidade digital ao redor do mundo, devemos considerar inúmeros aspectos. Os cenários socioeconômicos que estão em constante mudança em cada país refletem, por exemplo, no avanço da penetração de internet dos grandes centros urbanos a zonas mais afastadas e, conseqüentemente, novos perfis de comportamento do consumidor e do consumo de mídia. Em paralelo a isso, há a evolução tecnológica, que influencia também os modelos de negócio relacionados à publicidade - inventários acessíveis a small business, novas soluções e métricas que tornam os resultados da publicidade digital mais precisos e mensuráveis e, entre outras características dessa movimentação, como cita a pesquisa Digital Advertising 2020*, a tendência de convergência das áreas de publicidade e marketing.

Apresentaremos dados de investimento em publicidade digital de diferentes países, levando em consideração alguns aspectos de desenvolvimento financeiro e tecnológico, fatores diretamente ligados a esse índice de ad spend.

Gráfico: eMarketer, Março 2016.

*Digital Advertising 2020 - Salesforce

https://www.salesforce.com/content/dam/web/en_us/www/assets/pdf/datasheets/digital-advertising-2020.pdf

Maiores economias do mundo: PIB a preços correntes, em bilhões de US\$

Ordem decrescente de 2016. Em cinza valores estimados pelo FMI.

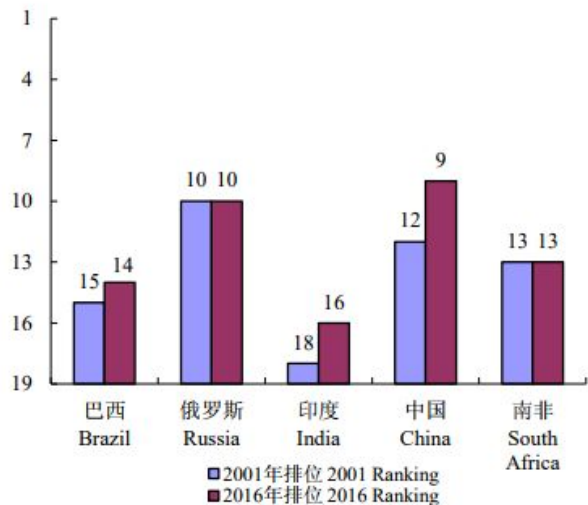
País	2012	2013	2014	2015	2016	↓↑
Estados Unidos	16.155,25	16.691,50	17.393,10	18.036,65	18.569,10	
China	8.570,35	9.635,03	10.534,53	11.226,19	11.218,28	
Japão	6.203,21	5.155,72	4.848,73	4.382,42	4.938,64	
Alemanha	3.545,95	3.753,69	3.885,44	3.365,29	3.466,64	
Reino Unido	2.655,46	2.721,49	3.002,39	2.863,30	2.629,19	
França	2.682,90	2.809,39	2.843,67	2.420,16	2.463,22	
Índia	1.828,12	1.857,24	2.033,65	2.088,16	2.256,40	
Itália	2.073,97	2.131,16	2.155,15	1.825,82	1.850,74	
Brasil	2.464,05	2.471,72	2.456,05	1.801,48	1.798,62	
Canadá	1.824,29	1.842,63	1.792,88	1.552,81	1.529,22	
Coreia do Sul	1.222,81	1.305,61	1.411,33	1.382,76	1.411,25	
Rússia	2.170,15	2.230,62	2.063,66	1.365,87	1.280,73	
Austrália	1.561,05	1.509,64	1.449,34	1.229,71	1.258,98	
Espanha	1.336,69	1.362,20	1.378,04	1.193,56	1.232,60	
México	1.186,60	1.261,98	1.298,40	1.151,04	1.046,00	
Indonésia	919,00	916,65	891,05	861,14	932,45	
Turquia	873,70	950,33	934,07	859,04	857,43	
Países Baixos	829,41	866,95	881,03	750,70	771,16	
Suíça	664,90	685,10	702,74	670,66	659,85	
Arábia Saudita	735,98	746,65	756,35	651,76	639,62	

Segundo o relatório World Economic Outlook, que acompanha a atividade econômica global, o FMI prevê crescimento global de PIB a preços correntes de 3,7% em 2017 e de 3,9% para 2018 e 2019. Cinco nações têm se mantido como principais potências econômicas nos últimos anos. Em um primeiro patamar nesse ranking, estão: **Estados Unidos**, com mais de 18.500 bilhões de dólares (US\$), e **China**, com mais de 11.218 bilhões. Em seguida, **Japão** e **Alemanha** apresentam juntos cerca de 9.750 bilhões de dólares.

O **Brasil**, que atualmente se encontra na nona posição do ranking, é tido como um dos países com melhores taxas de crescimento na projeção para o próximo período (19,03%), assim como a **Rússia** (21,86%), **Indonésia** (9,44%) e **Índia** (8,78%).

Considerando que estamos na chamada global information society, onde a tecnologia é tida como principal recurso e setores de informação e comunicação representam considerável fatia do PIB das grandes potências econômicas globais, vamos observar os reflexos em investimento em publicidade digital nesses países, a fim de encontrar possíveis pontos de referência para as perspectivas do cenário brasileiro.

Competitividade em Inovação por país - diferença no ranking entre 2001 e 2016



BRICS: INOVAÇÃO

O grupo de países conhecido como BRICS - conceito mundial ligado aos grandes mercados emergentes que têm buscado uma aproximação política: Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul - vêm apresentando crescente competitividade em inovação no cenário mundial, com destaque para China e Rússia, que possui o maior mercado mobile da Europa, com número de inscrições que superam 232 milhões*. Segundo relatório do China Science and Technology Exchange Center, uma das principais áreas de desenvolvimento da economia digital dos BRICS está justamente na promoção de infraestrutura tecnológica focada em comunicação e informação.

Apesar da grande diferença entre os diversos grupos sociais em termos de acesso à banda larga digital, alfabetização digital e aceitação de serviços, que dificultam a participação de um grande número de pessoas desses países no rápido desenvolvimento da economia digital, o relatório considera que o índice de inovação de cada país do BRICS deve se manter em evidência nos próximos anos (2017-2025).

ÁSIA: MULTI SCREEN

Em 2015, no evento iMedia Brand Summit, Ravikumar Shankar, vice presidente da Miaozen Systems, já apontava números impressionantes sobre o comportamento do consumidor na era multitelas associado à entrega de publicidade. Dentre os destaques de sua apresentação, foram citados fatos como a China continental junto ao Japão e a Coreia do Sul terem mais de 90% dos seus consumidores assistindo a vídeos em celulares e na TV, e de desktops já terem ultrapassado a televisão tradicional em termos do número de horas passadas em frente à tela.**

*BuddeComm report: Russia - Mobile Infrastructure, Broadband, Operators - Statistics and Analyses

**<http://www.medianet.com.au/releases/release-details/?id=831245>

http://en.prnasia.com/releases/global/Miaozen_Systems_Ravi_China_s_Data_Marketing_Model_Leads_New_Trend_in_Asia_Pacific-124158.shtml

BRASIL (2017)

Digital ad spending (billions)	\$3.47
- % change	15.0%
- % of total media ad spending	23.6%

RÚSSIA (2017)

Digital ad spending (billions)	\$1.97
- % change	21.0%
- % of total media ad spending	39.2%

ÍNDIA (2017)

Digital ad spending (billions)	\$1.21
- % change	30.0%
- % of total media ad spending	15.3%

INDONÉSIA (2017)

Digital ad spending (millions)	\$481.3
- % change	25.0%
- % of total media ad spending	17.1%

Considerando esses aspectos econômicos e de desenvolvimento tecnológico, vamos observar as parcelas de investimento em publicidade digital dos países em maior evidência nesses contextos.

CRESCENDO!

Segundo eMarketer, dentre os países em crescimento econômico, o Brasil tem maior total de investimento em digital (\$3.47 bi), seguido da Rússia, Índia e, por fim, Indonésia. No caso do Brasil, o investimento corresponde a cerca de 0,20% do PIB. Se compararmos às taxas de 2016, dentre esses países, a Índia teve maior aumento de investimento (30%), enquanto a Rússia apresenta a maior porcentagem de investimento em digital frente a mídias tradicionais (39,2%).

O IAB acompanha essa parcela de investimento em publicidade anualmente no Brasil. Na última edição desse estudo ([acesse o infográfico](#)), entendemos uma possível parcela de investimento para 2017 na faixa de R\$14,8 bilhões.*

*A estimativa do eMarketer, aqui apresentada, considera o estudo Digital Adspend do IAB Brasil como uma de suas fontes. Outros estudos considerados neste retrato brasileiro foram: ZenithOptimedia, GroupM, PwC e Magna Global.

ESTADOS UNIDOS (2017)

Digital ad spending (billions)	\$83.00
- % change	15.9%
- % of total media ad spending*	40.5%

CHINA (2017)

Digital ad spending (billions)	\$50.31
- % change	27.0%
- % of total media ad spending	59.5%

JAPÃO (2017)

Digital ad spending (billions)	\$11.79
- % change	9.5%
- % of total media ad spending*	28.3%

ALEMANHA (2017)

Digital ad spending (billions)	\$6.12
- % change	5.0%
- % of total media ad spending	29.8%

OS GIGANTES

Já em relação aos 4 países no topo do ranking financeiro mundial, os Estados Unidos está na liderança de investimentos em publicidade digital, \$83 bi, seguido da China, Japão e Alemanha.

Em comparação aos níveis de investimento de 2016, a China conseguiu atingir aumento de 27%, o maior dentre o grupo, enquanto apresenta a maior porcentagem de investimento em digital frente a mídias tradicionais (39,2%).

Os gráficos a respeito de investimentos globais em mídia digital apresentados neste documento são do eMarketer (Setembro de 2017), que apresenta os seguintes tópicos sobre a coleta de informações:

Notas:

contempla publicidade em desktop e laptop, bem como telefones celulares, tablets e outros dispositivos conectados à internet, em todos os vários formatos de publicidade nessas plataformas; exclui publicidade baseada em mensagens SMS, MMS e P2P.

Metodologia:

estimativas baseadas na análise de vários elementos relacionados ao mercado de gastos publicitários, incluindo condições econômicas de nível macro, tendências históricas do mercado de publicidade, estimativas de outras empresas de pesquisa e tendências de consumo de mídia de consumo. Valores convertidos de moeda local em dólares americanos.



O IAB Brasil (Interactive Advertising Bureau) é uma entidade presente em 45 países com a missão de promover o marketing e a publicidade digital.

Aqui no Brasil, representa mais de 250 associados, entre eles agências, anunciantes, veículos e empresas de tecnologias e serviços. O objetivo primário do IAB Brasil é a contribuição ao desenvolvimento do mercado digital, incentivando e orientando a criação de boas práticas para o planejamento, criação, compra, venda, veiculação e mensuração de ações publicitárias interativas.

Entre no site www.iabbrasil.com.br para acessar conteúdos, guias, agenda de eventos, cursos e muito mais.

Participe do IAB e faça parte da construção do mercado de marketing digital brasileiro.

Associe-se: <http://iabbrasil.com.br/sobre-iab/associados/>

Cursos: <http://iabbrasil.com.br/internas/curso/>

Eventos: <http://iabbrasil.com.br/eventos/>

Guias e Pesquisas: <http://iabbrasil.com.br/internas/conteudo/>

