

MERCADOS

Publicidade digital supera publicidade na TV já em 2017



Este ano, os investimentos efetuados nos meios de comunicação digitais deverão garantir uma fatia de 41% do mercado publicitário mundial

05.12.2017 às 14h24



HUGO SÊNECA

Pela primeira vez na história dos meios de comunicação, o volume investido em publicidade na Internet vai superar o volume de investimentos em publicidade televisiva. A viragem do mercado mundial de publicidade deverá ser feita já em 2017, estima Magna, empresa de análise de mercado do IPG Mediabrands.

De acordo com a Magna, os suportes digitais deverão atrair 209 mil milhões de dólares de investimento publicitário em todo o mundo, durante 2017. Os canais de TV de todo o mundo não deverão ir além dos 178 mil milhões de dólares até ao final do ano. O que significa que os suportes digitais (entre os quais figuram a Internet, os videojogos ou as mensagens veiculadas para os telemóveis) deverão garantir uma fatia de 41% do mercado publicitário mundial. Em contrapartida, a TV fica com uma total de 35% dos investimentos globais.

Os investimentos em anúncios de TV vão continuar a crescer – mas uma taxa reduzida recordam os especialistas da Magna. Enquanto no próximo ano a publicidade na TV terá um crescimento de 2,5%, os suportes digitais deverão registar um crescimento de 13%. O que deverá valer 237 mil milhões de receitas, informa o site Recode.

Em 2020, o crescimento dos investimentos em suportes digitais permitirá garantir 50% do bolo publicitário mundial.