

Dentsu Aegis Network annonce des dépenses publicitaires mondiales qui devraient augmenter de 3,9 % en 2018, la Coupe du Monde de la FIFA stimulant la croissance

- Révision des prévisions de croissance à 3,9 %, contre 3,6 % en janvier 2018
- Le numérique dépassera la télévision pour la première fois, pour atteindre 38,4% de part globale (35,5% pour la télévision). Dans 21 des 59 marchés suivis, le numérique sera le premier canal publicitaire en 2018
- Pour la première fois, un quart (25,2 %) des dépenses publicitaires mondiales donneront lieu à des diffusions sur des appareils mobiles
- Le marché publicitaire chinois devrait croître de 6,5%, en hausse de 5,4% par rapport à la prévision précédente, pour atteindre 630 milliards de RMB - 16,2% de l'investissement publicitaire mondial. Les plateformes de commerce électronique Baidu, Alibaba et Tencent (BAT) devraient contribuer pour environ 80% à cette croissance
- Les dépenses publicitaires américaines devraient afficher une croissance continue en 2018, augmentant de 3,4 % pour atteindre 217,3 milliards de dollars US, ce qui reflète le renforcement de l'économie américaine
- L'investissement dans les dépenses publicitaires au Royaume-Uni devrait également augmenter de 4,2 % pour atteindre 20,4 milliards de livres sterling.

Dentsu Aegis Network, a rendu public ses prévisions semestrielles, annonçant une année 2018 plus positive que prévu pour les dépenses publicitaires mondiales. Des dépenses publicitaires passeront de 3,3 % en 2017 à 3,9 % en 2018, ce qui est supérieur aux 3,6 % prévus en janvier 2018 et porte l'investissement total à 613,5 milliards de dollars américains. Des événements mondiaux tels que les Jeux olympiques et paralympiques d'hiver, la Coupe du monde de la FIFA en Russie et les élections de mi-mandat aux États-Unis joueront un rôle important dans la stimulation de la croissance.

Sur le plan géographique, l'Asie-Pacifique et l'Amérique du Nord sont les principales régions de croissance, contribuant respectivement à 41 % et 32 % de l'augmentation mondiale. L'Europe de l'Ouest représente 13%, l'Amérique latine 8% et l'Europe de l'Est 5%.

Jerry Buhlmann, PDG de Dentsu Aegis Network, a déclaré :

« Dans le contexte d'une croissance économique synchronisée aux États-Unis, en Europe et en Asie, ces chiffres indiquent des perspectives plus positives aujourd'hui qu'au début de l'année et représentent une source modeste mais encourageante d'optimisme. Nous assistons à des révisions à la hausse dans la plupart des marchés clés, les économies émergentes comme l'Inde affichant des taux de croissance élevés. L'économie américaine est en forte croissance, tandis que la stimulation économique et les réductions d'impôts s'infiltrent. Les dépenses en Chine continuent de croître à un rythme soutenu, même si elles sont presque entièrement tirées par les plateformes de commerce électronique Alibaba, Tencent et Baidu. »

Principales tendances du marché

- **Chine** : Le marché publicitaire chinois devrait croître de 6,5% en 2018, en hausse par rapport à la prévision précédente de 5,4%, pour atteindre 630 milliards de RMB - 16,2% de l'investissement publicitaire mondial. La croissance sera tirée par le numérique, qui devrait représenter 60 % des dépenses publicitaires et augmenter de 14,8 %. Les géants en ligne Baidu, Alibaba et Tencent (BAT) devraient contribuer à environ 80 % de cette croissance, ce qui souligne leur domination du marché. Les paiements mobiles devront également être surveillés dans les années à venir, car les plateformes telles que WeChat ou Alipay rendent l'argent liquide obsolète dans une grande partie du pays.
- **États-Unis** : Les dépenses publicitaires américaines devraient connaître une croissance continue en 2018, augmentant de 3,4 % pour atteindre 217,3 milliards de dollars US. Les Jeux olympiques d'hiver ont généré des dépenses publicitaires d'environ 1,6 milliard de dollars américains. La télévision locale est la cible des dépenses des politiciens, la télévision nationale atteignant 90% de la population américaine. On prévoit que plus de 2,8 milliards de dollars US seront dépensés pour les prochaines élections de mi-mandat. Les dépenses publicitaires mobiles devraient augmenter de 21,2% en 2018, révisées à la hausse par rapport à 20,2%, la majorité des dépenses allant à la publicité dans les applications (80%).
- **Royaume-Uni** : A l'heure du débat sur les perspectives de croissance post-Brexit au Royaume-Uni, les investissements dans le marché britannique des dépenses publicitaires devraient augmenter de 4,2% en 2018 pour atteindre 20,4 milliards de livres sterling - une révision à la hausse par rapport aux 3,8% prévus dans notre rapport de janvier 2018.

Le chiffre d'affaires du premier trimestre a dépassé les attentes, ce qui a suscité l'optimisme quant à la poursuite de la croissance sur l'ensemble de l'année 2018. Les revenus de la télévision, de la presse écrite et de la radio sont tous en hausse par rapport aux prévisions du début de l'année, tandis que tous les médias cherchent à exploiter la Coupe du monde de cet été pour stimuler la croissance au deuxième trimestre.

Croissance des dépenses publicitaires mondiales 2017-19 (% y-o-y aux prix actuels)

	2017a	2018f	2019f
MONDE	3.3 (3.1)	3.9 (3.6)	3,8
AMÉRIQUE DU NORD	2,5 (2,5)	3.4 (3.1)	3,2
ÉTATS-UNIS	2,6 (2,6)	3.4 (3.2)	3,1
CANADA	0.0 (0.0)	2.3 (1.1)	5,1
W. EUROPE	3.2 (3.3)	2.9 (2.6)	2,9
ROYAUME-UNI	4.2 (3.6)	4.2 (3.8)	4,7
ALLEMAGNE	2.3 (2.2)	2,6 (2,6)	2,9
FRANCE	2.7 (1.7)	2.5 (2.0)	2,8
ITALIE	0.9 (0.9)	1.4 (1.9)	1,1
ESPAGNE	2.3 (1.9)	1.5 (1.4)	1,2
C&EE	8.8 (8.3)	7.8 (7.4)	6,6
RUSSIE	14.3 (12.9)	11.7 (10.4)	8,5
ASIE-PACIFIQUE	4.0 (3.5)	4.5 (4.2)	4,4
AUSTRALIE	2.3 (2.7)	2.8 (2.9)	2,4
CHINE	6.3 (6.0)	6.5 (5.4)	6,0
INDE	8.9 (9.6)	10.5 (12.5)	11,1
JAPON	1.6 (1.0)	1.5 (1.6)	1,2
AMÉRIQUE LATINE	8.3 (8.1)	6.9 (8.8)	7,3
BRÉSIL	2.8 (2.1)	2.3 (5.0)	2,6

Les chiffres entre parenthèses correspondent à nos prévisions précédentes de janvier 2018

A propos de Dentsu Aegis Network :

Quatrième groupe de communication mondial, Dentsu Aegis Network est spécialiste de l'ensemble des métiers de la communication, allant de la stratégie de communication marketing et la performance digitale, à la création de contenus, le conseil en stratégie média, le data management et l'événementiel.

En France, Dentsu Aegis Network est composé de dix agences expertes et emploie 1 300 collaborateurs. Thierry Jadot est président du groupe en France et sur la zone MENA.

Dentsu Aegis Network est présent dans 145 pays et emploie 40 000 collaborateurs dans le monde.

www.dentsuaegisnetwork.fr

Twitter: @DentsuAegisFR

Facebook: [Dentsu-Aegis-Network-France](https://www.facebook.com/Dentsu-Aegis-Network-France)

Direction de la Communication Dentsu Aegis Network :

communication@dentsuaegis.com - 01 41 16 63 63