Informacja prasowa Warszawa, 1 kwietnia 2016

**CARAT PRZEWIDUJE MOCNE WEJŚCIE W 2017 ROK I WZROST GLOBALNYCH WYDATKÓW NA REKLAMĘ O 4,5%**

*Rośnie segment cyfrowy, który w 2017 r. stanowić będzie 29% rynku reklamowego warte 161 mld dol.*

Carat, wiodąca globalna sieć medialna, opublikowała dziś pierwszą prognozę światowych wydatków na reklamę na rok 2017, połączoną z najnowszymi prognozami na rok 2016 oraz danymi za rok 2015. Przyszłość rysuje się obiecująco dzięki kontynuowanym inwestycjom w sektor mediów cyfrowych.

Według najnowszych prognoz spółki Carat opracowanych na podstawie danych pochodzących z 59 rynków z obu Ameryk, Azji i Pacyfiku oraz Europy, Bliskiego Wschodu i Afryki (EMEA) wydatki na reklamę w 2016 r. sięgną 538 mld USD, co oznacza wzrost o 4,5% w ujęciu rok do roku. Korzystne perspektywy, podtrzymywane przez głośne wydarzenia medialne – takie jak wybory prezydenckie w Stanach Zjednoczonych, Igrzyska Olimpijskie i Paraolimpijskie w Rio de Janeiro czy Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej 2016 – utrzymają się również w 2017 r., w którym Carat przewiduje dalszy mocny wzrost globalnych wydatków na reklamę o 4,5% rok do roku.

Najnowsze prognozy spółki Carat potwierdzają pozycję segmentu cyfrowego jako utrwalonego czynnika wzrostu światowych wydatków na reklamę. Zasilany przez gwałtowny rozwój branży mobilnej (37,9%), filmów online (34,7%) i mediów społecznościowych (29,8%) segment ten umocni jeszcze swoją pozycję, osiągając dwucyfrowy wzrost rzędu 15,0% w 2016 r. i 13,6% w 2017 r. Według przewidywań spółki Carat w 2016 r. segment cyfrowy przejmie 27,0% wydatków na reklamę, w następnym roku znacząco rozszerzając ten udział do 29,3%, wartych w skali globalnej 161 mld USD.

W 2015 r. wszystkie regiony odnotowały wzrost, od 2,8% w Europie Zachodniej, przez 4,3% w Ameryce Północnej, 3,6% w regionie Azji i Pacyfiku, po 11,0% w Ameryce Łacińskiej. W 2016 r. klimat zaufania w większości regionów będzie się umacniał pomimo niestabilności pojedynczych rynków. Północnoamerykański rynek reklamy utrzyma stabilność i wzrost na poziomie 4,6%, przy czym same tylko zbliżające się wybory prezydenckie w Stanach Zjednoczonych mogą wygenerować wydatki na reklamę na poziomie 6 mld USD. Trwała poprawa sytuacji w Europie Zachodniej napędzana solidnymi wzrostami na rynkach Wielkiej Brytanii i Hiszpanii w 2015 r. prawdopodobnie utrzyma się w latach 2016 i 2017, osiągając

3,1%. Pomimo przewidywanego zmniejszenia się tempa globalnego wzrostu ze względu na niepewność gospodarek Chin i Brazylii w 2016 r. rynki reklamowe Azji i Pacyfiku oraz Ameryki Łacińskiej utrzymają silną pozycję, osiągając wzrost odpowiednio o 4,4% i 10,5% w ujęciu rok do roku. Spółka Carat przedstawia również optymistyczne perspektywy na 2017 r. dla wszystkich regionów, w tym Europy Środkowej i Wschodniej, ze względu na spodziewaną stabilizację gospodarki rosyjskiej, począwszy od 2016 r.

W podziale na media motorem globalnego wzrostu będzie segment cyfrowy, przy czym do listy 12 rynków, na których segment ten stanowi główne medium pod względem wydatków, dołączą Hongkong oraz Estonia. Stany Zjednoczone, Niemcy, Tajwan i Austria znajdą się na tej liście prawdopodobnie w 2018 r. Mimo że segment cyfrowy nieustannie zmniejsza dystans, liderem pozostaje telewizja, której udział rynkowy w 2015 r. utrzymywał się na stabilnym poziomie 42,0%, a w 2016 r. wzrośnie o 3,1% ze względu na Igrzyska Olimpijskie oraz amerykańskie wybory prezydenckie, które korzystnie wpłyną na wzrost oglądalności na poszczególnych rynkach. Prognoza spółki Carat potwierdza ponadto postępujący spadek w mediach drukowanych\* w 2016 i 2017 r., przy czym w 2016 r. w prasie codziennej wyniesie on 5,4%, a w czasopismach 1,7%. Poprawa w ujęciu rok do roku będzie natomiast widoczna we wszystkich pozostałych mediach, w tym reklamie zewnętrznej (3,4%), radiowej (2,2%) i kinowej (2,8%); w tym ostatnim przypadku spodziewany dalszy wzrost w 2017 r. wyniesie 5,0%.

***-koniec-***

***O Carat:***

Dom mediowy Carat rozpoczął działalność w Polsce w 1993 roku. Carat jest największym na świecie niezależnym specjalistą od komunikacji marketingowej i liderem w tworzeniu zintegrowanych rozwiązań komunikacyjnych w oparciu o media cyfrowe. Carat oferuje usługi w obszarze badań marketingowych, strategii komunikacji, planowania i zakupu mediów, przygotowywania rozwiązań technologicznych oraz kreatywnych w mediach cyfrowych, badania efektywności komunikacji, jak również analityki marketingowej. Klientami Carat Polska są takie firmy jak Mondelez, Zott, Philips, adidas, Reebok, Indesit, Mondelez, General Motors, Arla Foods, Mead Johnson Nutrition, Mattel, Perno Ricard czy Lego. Więcej informacji dostępnych jest na stronie: www.caratpoland.com.

**Kontakt dla mediów:**

Krzysztof Wąsowski

Senior PR Specialist

Dentsu Aegis Network Polska

Tel. (+48) 22 441 47 26

Mobile: +48 883 365 831