

(8) 광고

브라질의 2013년 광고시장 규모는 126억 4,800만 달러로 전년대비 6.8% 성장하였는데 주된 성장 요인은 디지털화된 광고였다. 디지털 광고는 다양한 플랫폼을 통해 성장세를 보였는데 모바일 광고와 옥외 디지털 광고가 25%에 육박하는 높은 성장률을 보였고 산업잡지와 일반잡지의 성장률도 20%를 넘겨 2013년의 광고시장을 견인하였다.

브라질 광고시장은 디렉토리 인쇄 분야를 제외한 전 영역에서 고르게 성장세를 보였는데 브라질 경제성장률이 작년과 유사한 추세를 유지한다면 앞으로도 전체 광고시장은 매우 유사한 방향으로 흐를 것이라 예상되어 연평균 8.4%의 성장세를 유지하면서 189억 1,200만 달러의 광고시장으로 성장할 것으로 전망된다.

[표 4-14] 브라질 광고시장 규모 및 전망, 2009-2018

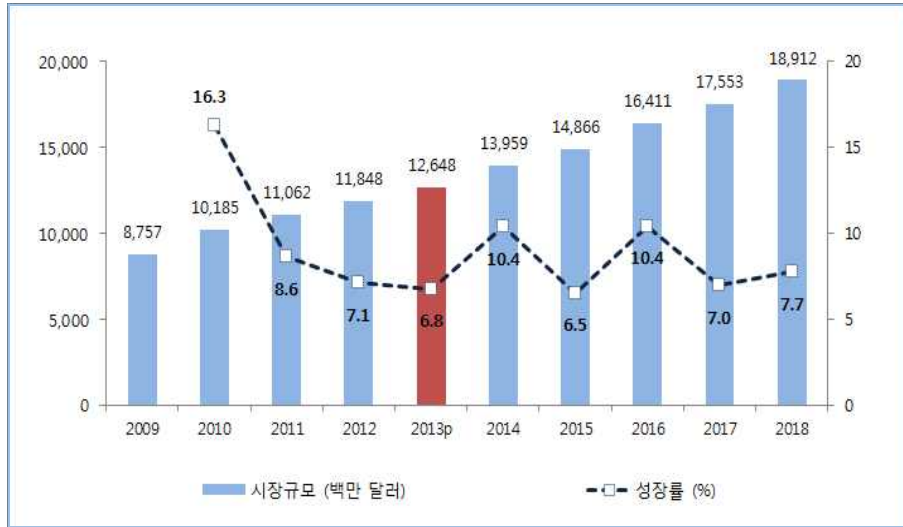
[단위 : 백만 달러, %]

구분	2009	2010	2011	2012	2013p	2014	2015	2016	2017	2018	2013-18 CAGR
디렉토리 광고	341	357	374	409	453	505	565	636	716	805	12.2
디지털	127	143	160	204	256	317	387	467	558	657	20.7
인쇄	214	214	214	206	197	187	178	168	158	148	△5.5
잡지 광고	810	940	985	992	1,035	1,099	1,162	1,221	1,279	1,341	5.3
디지털	-	9	21	53	64	78	94	113	135	161	20.3
인쇄	810	931	963	938	971	1,021	1,068	1,108	1,144	1,180	4.0
산업잡지 광고	134	157	167	185	201	214	223	230	235	240	3.6
디지털	-	3	7	18	23	29	36	43	51	61	21.5
인쇄	134	154	160	167	178	185	187	187	183	179	0.1
극장광고	39	44	41	43	45	48	50	53	56	59	5.2
신문 광고	1,484	1,534	1,593	1,603	1,649	1,693	1,740	1,791	1,847	1,908	3.0
디지털	17	20	26	32	39	47	56	67	80	95	19.3
인쇄	1,467	1,514	1,566	1,571	1,609	1,646	1,684	1,724	1,767	1,812	2.4
라디오 광고	467	518	535	560	578	596	617	638	660	685	3.5
TV 광고	4,671	5,679	6,200	6,719	7,094	7,990	8,444	9,517	10,162	10,959	9.1
다중 채널	260	319	376	422	452	538	599	709	831	1,015	17.6
지상파	4,411	5,359	5,823	6,293	6,633	7,432	7,810	8,750	9,244	9,815	8.2
온라인TV	-	1	1	4	9	20	35	57	87	128	70
인터넷 광고	632	756	959	1,199	1,492	1,767	2,087	2,433	2,812	3,257	16.9
모바일	3	5	6	10	14	17	22	28	35	44	26.7
유선	628	752	953	1,189	1,479	1,750	2,065	2,405	2,777	3,212	16.8
옥외 광고	312	362	406	428	468	511	555	604	657	715	8.9
디지털	-	40	52	64	81	103	128	159	197	242	24.3
실물	312	322	354	364	387	408	427	444	460	473	4.1
게임 광고	11	14	17	21	24	27	31	35	40	45	13.9
산술합계 ⁶⁸⁾	8,901	10,361	11,277	12,159	13,039	14,450	15,474	17,158	18,464	20,014	8.9
합계	8,757	10,185	11,062	11,848	12,648	13,959	14,866	16,411	17,553	18,912	8.4

출처 : PwC(2014)

68) 산술합계에는 디렉토리 광고, 잡지 광고, 산업잡지 광고, 신문 광고의 디지털 광고와 온라인TV 광고, 지상파 라디오 온라인 광고가 인터넷 광고시장 규모에 포함되어 있어 합계에서는 중복되는 부분을 제외함

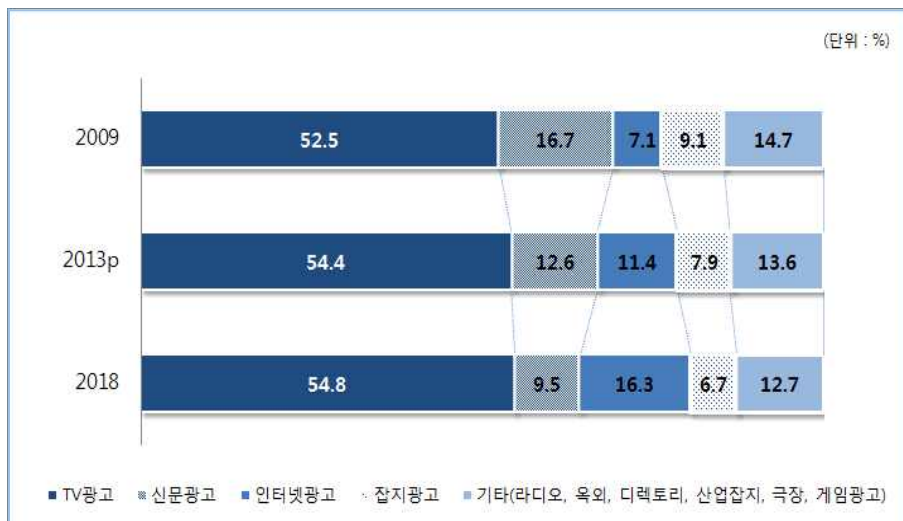
[그림 4-43] 브라질 광고시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)

2009년 당시 광고시장에서 가장 큰 비중을 차지하는 것은 TV 광고였는데 점유율이 계속 증가해 2018년에는 54.8%를 차지할 것으로 보인다. 신문 광고와 잡지 광고는 디지털화가 진행될수록 비중이 낮아지는 경향을 보였는데 마찬가지로 해당 분야 비중은 2018년까지 점유율이 감소할 것으로 전망된다.

[그림 4-44] 브라질 광고시장 분야별 비중 비교, 2009 vs. 2013 vs. 2018



출처 : PwC(2014)

제1절

1. 미국

2. 캐나다

제2절

1. 브라질

2. 멕시코

3. 아르헨티나

4. 칠레

제1절

1. 미국

2. 캐나다

제2절

1. 브라질

2. 멕시코

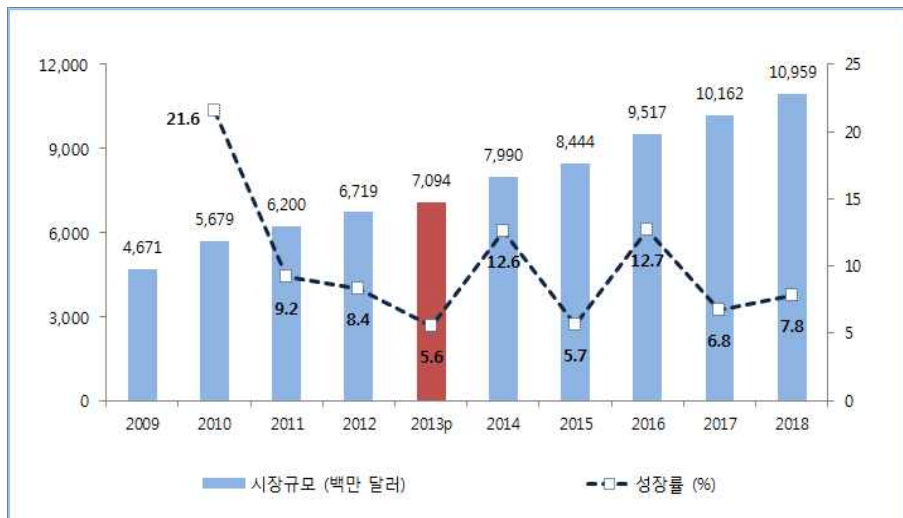
3. 아르헨티나

4. 칠레

가. TV 광고

2013년 브라질 TV 광고시장은 브라질정부의 노력으로 서비스지역이 확대되어 늘어난 TV 가입자 수에 월드컵 특수가 기대되면서 전년대비 5.6% 성장한 70억 9,400만 달러로 집계되었다. 향후 브라질의 TV 광고시장은 9.1%의 성장세를 바탕으로 2018년까지 109억 5,900만 달러 규모로 성장할 전망이다.

[그림 4-45] 브라질 TV 광고시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018

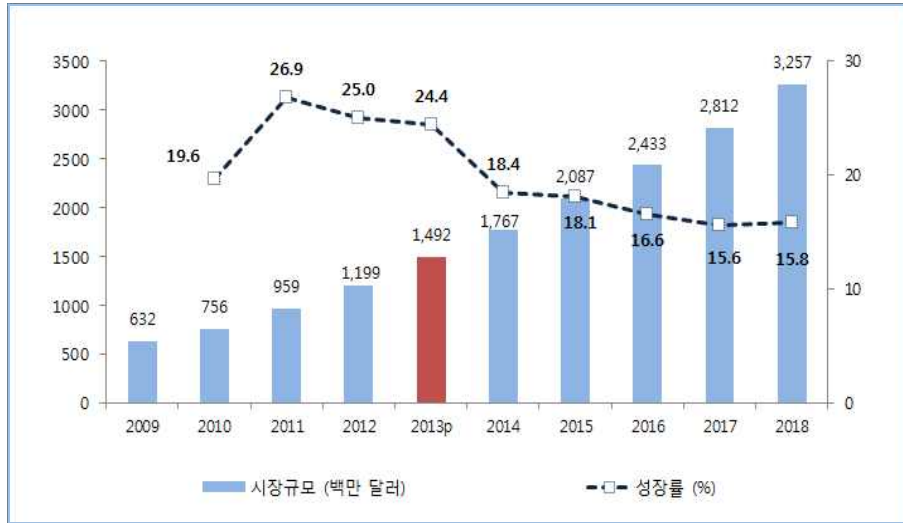


출처 : PwC(2014)

나. 인터넷 광고

2013년 브라질 인터넷 광고시장은 전년대비 24.4% 증가한 14억 9,200만 달러 규모로 나타났다. 검색광고는 브라질 인터넷 경제가 활황상태를 맞이하면서 수익이 무려 61% 증가하였는데 현재는 구글이 대단히 높은 점유율을 보이고 있다. 인터넷 디스플레이 광고는 2013년 한 해 동안 서치엔진과 소셜 미디어 사이트를 통해 광고가 게재 되는 경향을 보였으며 페이스북(Fac전자책)은 인터넷 디스플레이 광고의 수혜를 받은 최대 웹사이트였고 UOL과 글로보(Globo)역시 상당수의 인터넷 디스플레이 광고를 게재하였다. 향후 브라질 인터넷 광고시장은 연평균 16.9%의 성장률을 보이며 32억 5,700만 달러 시장으로 성장할 전망이다.

[그림 4-46] 브라질 인터넷 광고시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)

[표 4-15] 브라질 인터넷 광고시장 규모 및 전망, 2009-2018

[단위 : 백만 달러, %]

구분	2009	2010	2011	2012	2013p	2014	2015	2016	2017	2018	2013-18 CAGR
모바일	3	5	6	10	14	17	22	28	35	44	26.7
유선	628	752	953	1,189	1,479	1,750	2,065	2,405	2,777	3,212	16.8
안내광고	67	86	104	132	154	162	174	185	197	211	6.5
디스플레이 광고	166	190	253	301	370	434	507	585	669	766	15.7
비디오	3	4	6	18	39	73	113	159	212	281	48.6
유료검색	392	472	589	739	916	1,081	1,271	1,476	1,698	1,955	16.4
합계	632	756	959	1,199	1,492	1,767	2,087	2,433	2,812	3,257	16.9

출처 : PwC(2014)

제1절

1. 미국

2. 캐나다

제2절

1. 브라질

2. 멕시코

3. 아르헨티나

4. 칠레

제1절

1. 미국

2. 캐나다

제2절

1. 브라질

2. 멕시코

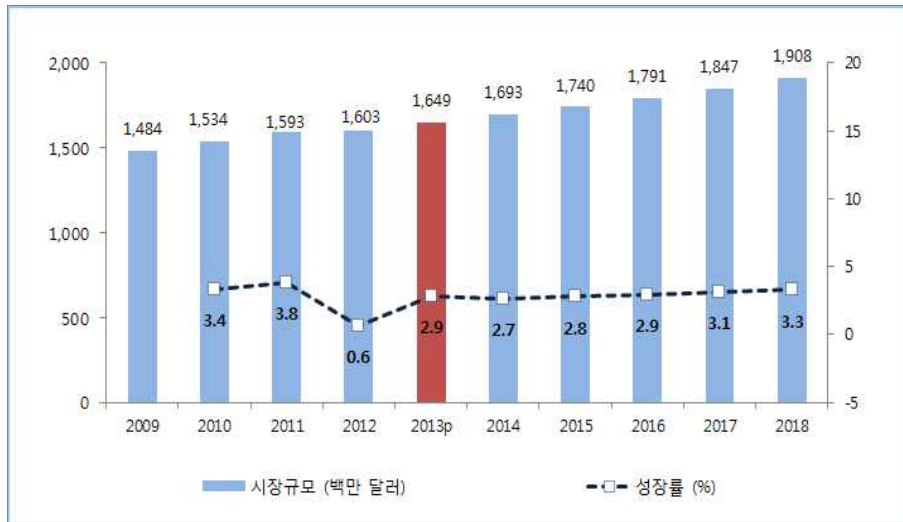
3. 아르헨티나

4. 칠레

다. 신문 광고

2013년 브라질 인쇄 신문 광고시장은 전년대비 2.9% 성장한 16억 4,900만 달러를 기록하였다. 신문에 대한 수요는 여전히 존재하기 때문에 신문 광고시장은 꾸준히 성장할 것으로 본다. 신문 광고시장은 향후 5년간 연평균 3.0%의 성장률로 19억 800만 달러의 시장을 형성할 것으로 전망된다.

[그림 4-47] 브라질 신문 광고시장 규모 및 성장률, 2009-2018



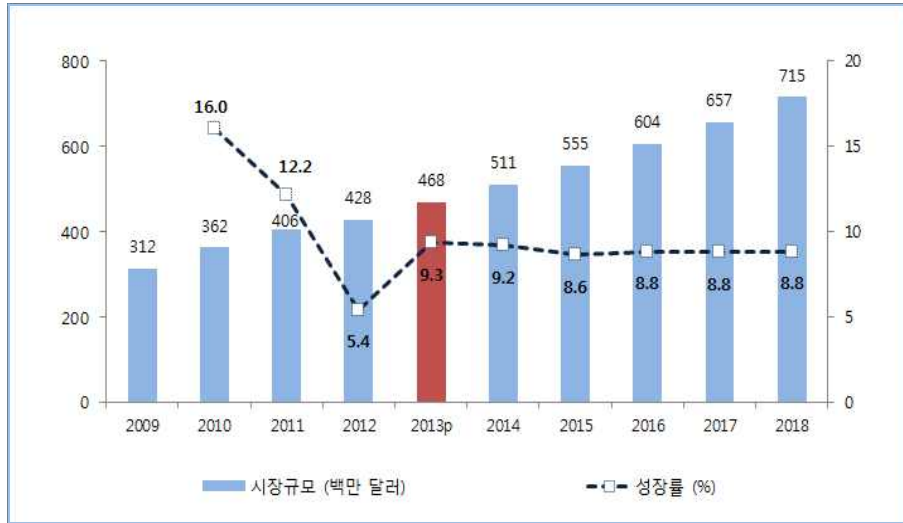
출처 : PwC(2014)

라. 옥외 광고

경제성장에 의해 브라질 내부 소비가 크게 늘어났고 실질 GDP 역시 성장하자 브라질은 전 세계 광고업자들에게 매력적인 시장으로 탈바꿈 하였다. 이처럼 변화된 브라질의 산업동력 덕분에 2013년 옥외 광고시장은 전년대비 9.3% 성장한 4억 6,800만 달러를 기록하였다.

향후 경제성장에 의한 건축 산업의 붐이 옥외 광고의 성장을 주도할 것으로 보인다. 브라질 옥외 광고시장은 연평균 8.9%의 성장률에 힘입어 2018년 7억 1,500만 달러의 시장을 형성할 것으로 전망된다.

[그림 4-48] 브라질 옥외 광고시장 규모 및 성장률, 2009-2018



출처 : PwC(2014)

(9) 캐릭터·라이선스

브라질 캐릭터·라이선스시장은 의류, 패션, 잡화등 다양한 분야에 걸쳐 고른 성장세를 보였는데 2013년은 3.9% 성장한 22억 5,100만 달러를 기록하였다. 향후 브라질의 다양한 문화와 캐릭터들이 접목되면 2018년까지 34억 8,600만 달러의 캐릭터·라이선스시장으로 성장할 것으로 전망된다.

[표 4-16] 브라질 캐릭터·라이선스시장 규모 및 전망, 2009-2018

[단위 : 백만 달러, %]

구분	2009	2010	2011	2012	2013p	2014	2015	2016	2017	2018	2013-18 CAGR
캐릭터·라이선스	1,650	1,960	2,050	2,167	2,251	2,466	2,687	2,941	3,202	3,486	9.14

출처 : EPM(2013, 2014), PwC(2014)

제1절

1. 미국

2. 캐나다

제2절

1. 브라질

2. 멕시코

3. 아르헨티나

4. 칠레