

(8) 광고

영국 광고시장은 글로벌 금융위기에도 불구하고 인터넷 광고의 성장에 기인하여 전년대비

제1절

1. 영국

2. 프랑스

3. 독일

4. 스페인

5. 러시아

6. 이탈리아

7. 스웨덴

8. 터키

9. 중동·아프리카

4.7% 증가한 229억 7,200만 달러로 집계되었다. 높은 광대역 보급률과 스마트폰 보급 증가로 SNS에 기반한 모바일 광고시장이 보다 빠르게 성장할 것으로 예측된다. 이에 세계의 많은 국가들이 런던을 디지털 광고 도시로 인식하면서, 런던을 유럽 진출을 위한 교두보로 여기고 있다. 향후 인터넷 광고는 높은 성장을 보이면서 영국 광고시장을 이끌 것으로 예상되며, 2018년까지 연평균 4.2%씩 성장하면서 282억 5,500만 달러에 육박할 것으로 전망된다.

[표 2-14] 영국 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	1,427	1,222	1,097	1,052	1,023	1,005	995	992	992	997	△0.5
디지털	328	380	420	476	534	590	645	698	746	792	8.2
인쇄	1,098	843	677	576	489	415	350	294	246	205	△16.0
잡지 광고	1,328	1,319	1,279	1,258	1,240	1,222	1,207	1,192	1,176	1,160	△1.3
디지털	59	93	137	186	210	236	264	294	326	359	11.4
인쇄	1,269	1,226	1,142	1,072	1,030	987	943	898	850	800	△4.9
산업잡지 광고	1,343	1,312	1,259	1,253	1,215	1,170	1,130	1,080	1,033	978	△4.3
디지털	88	138	200	268	291	314	337	357	376	390	6.0
인쇄	1,255	1,174	1,059	985	924	857	793	723	657	588	△8.6
극장광고	256	262	248	261	272	281	288	294	296	299	1.9
신문 광고	3,489	3,529	3,268	3,201	2,943	2,814	2,710	2,640	2,591	2,569	△2.7
디지털	243	291	300	341	347	362	380	403	430	462	5.9
인쇄	3,246	3,238	2,968	2,859	2,596	2,452	2,330	2,237	2,161	2,106	△4.1
라디오 광고	781	808	823	854	868	884	899	912	927	942	1.6
TV 광고	4,865	5,423	5,666	5,584	5,652	5,842	5,965	6,225	6,395	6,707	3.5
다중 채널	1,915	2,074	2,255	2,308	2,386	2,514	2,586	2,711	2,786	2,919	4.1
지상파	2,932	3,314	3,338	3,175	3,123	3,133	3,118	3,164	3,148	3,193	0.4
온라인TV	18	35	73	101	142	194	261	350	461	595	33.2
인터넷 광고	5,309	6,127	7,202	8,161	9,489	10,616	11,736	12,843	13,922	14,781	9.3
모바일	59	121	308	795	1,570	2,086	2,499	2,862	3,190	3,458	17.1
유선	5,250	6,006	6,894	7,366	7,919	8,531	9,238	9,980	10,732	11,323	7.4
옥외 광고	1,209	1,362	1,369	1,499	1,582	1,672	1,763	1,855	1,948	2,042	5.2
디지털	0	482	540	650	744	844	944	1,044	1,143	1,239	10.7
오프라인	1,209	880	829	849	838	828	819	811	805	803	△0.8
게임 광고	147	161	178	195	212	239	271	303	338	378	12.2
산술합계 ⁹⁾	20,154	21,525	22,389	23,318	24,496	25,745	26,964	28,336	29,618	30,853	4.7
합계	19,418	20,588	21,259	21,946	22,972	24,049	25,077	26,234	27,279	28,255	4.2

출처 : PwC(2014)

제1절

1. 영국

2. 프랑스

3. 독일

4. 스페인

5. 러시아

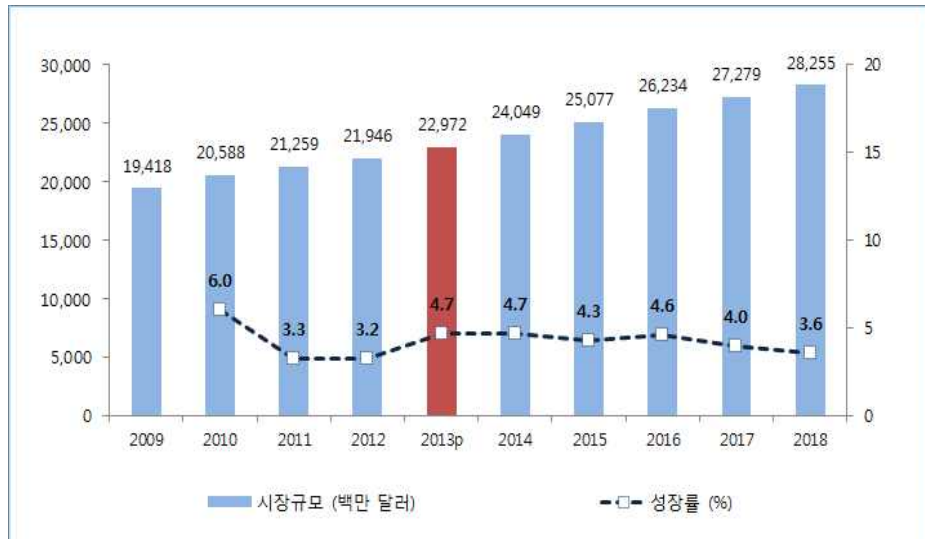
6. 이탈리아

7. 스웨덴

8. 터키

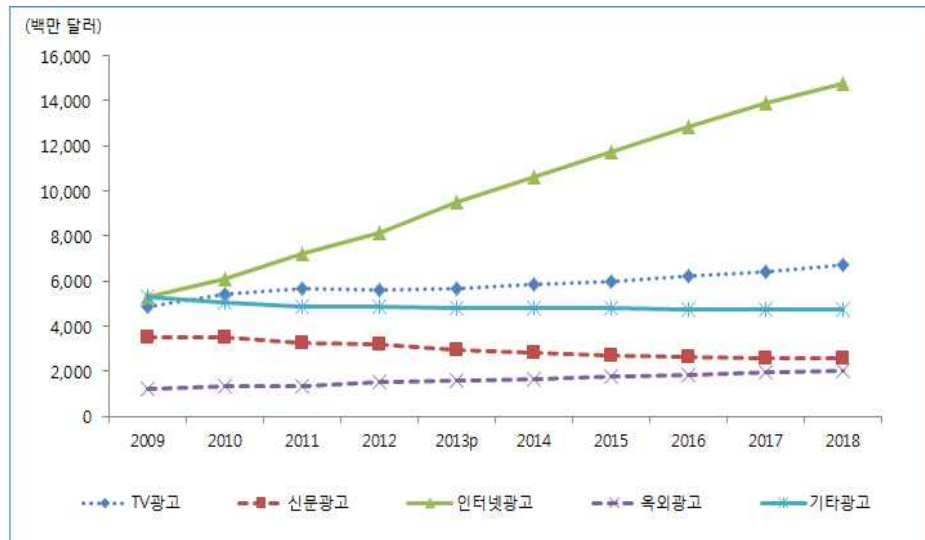
9. 중동
아프리카

[그림 2-45] 영국 광고시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)

[그림 2-46] 영국 광고시장별 규모 및 전망 추이, 2009 - 2018



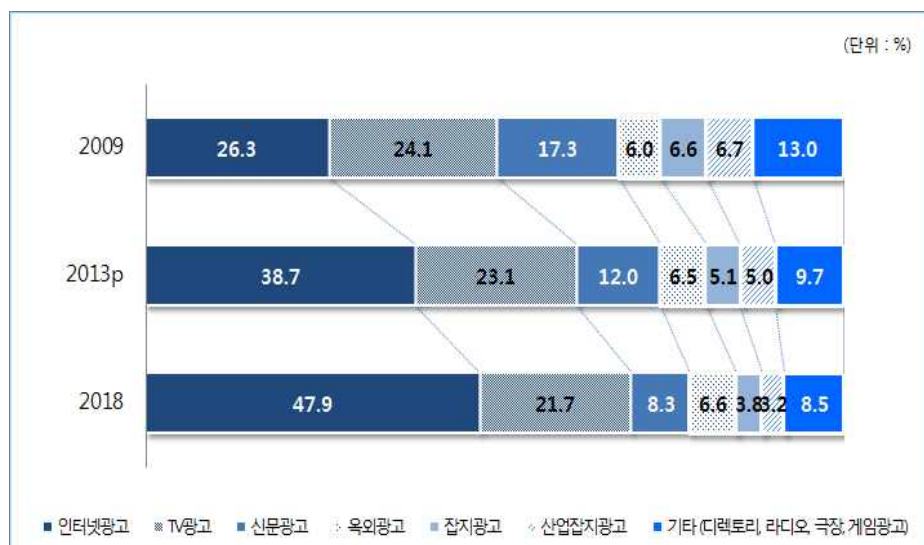
출처 : PwC(2014)

9) 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

영국은 다른 국가들과는 달리 전통적인 매체인 TV나 신문보다는 인터넷 광고가 큰 영향력을 차지하고 있다. 2009년 26.3%의 점유율을 보이며 TV 광고시장과 비슷한 비중을 보인 인터넷 광고시장은 광대역 인터넷과 스마트폰의 보급, SNS 이용 증가 등에 힘입어 급속도로 성장하면서 2013년에는 전체 광고시장의 40%에 달하는 영향력 있는 시장으로 성장하였다.

향후 영국 인터넷 광고시장은 검색광고와 디스플레이 광고의 꾸준한 성장과 더불어 모바일 광고가 빠른 속도로 성장하면서 2018년에는 약 50%에 달하는 매우 중요한 광고 매체로 영향력을 행사할 것으로 전망된다.

[그림 2-47] 영국 광고시장 분야별 비중 비교, 2009 vs. 2013 vs. 2018



출처 : PwC(2014)

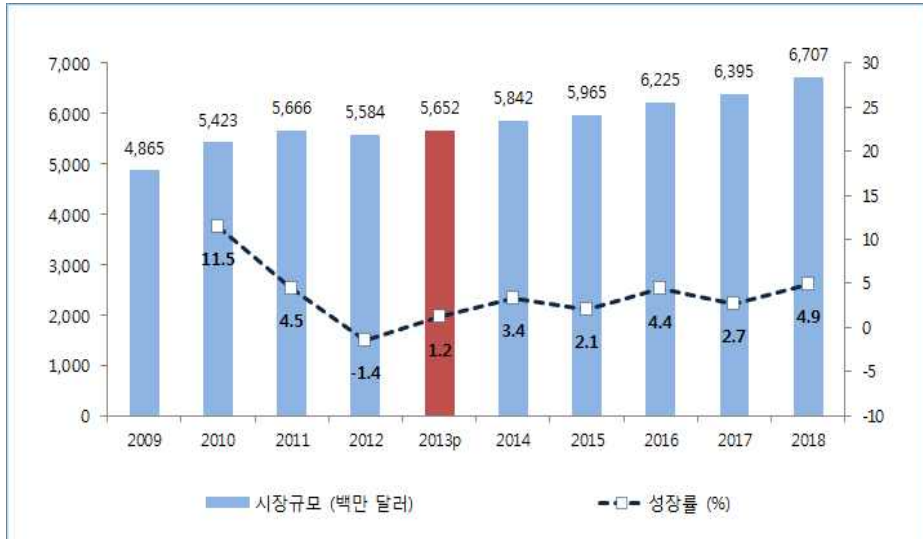
가. TV 광고

영국 TV 광고시장은 지상파 채널 광고수익 하락에도 불구하고 다중 채널과 온라인 방송광고의 성장으로 2013년 전년대비 1.2% 증가한 56억 5,200만 달러로 집계되었다. TV 광고 지출이 온라인 광고를 포함하여 증가세를 보이고 있어 TV 광고시장은 2018년까지 67억 700만 달러가 될 것으로 전망된다.

제1절

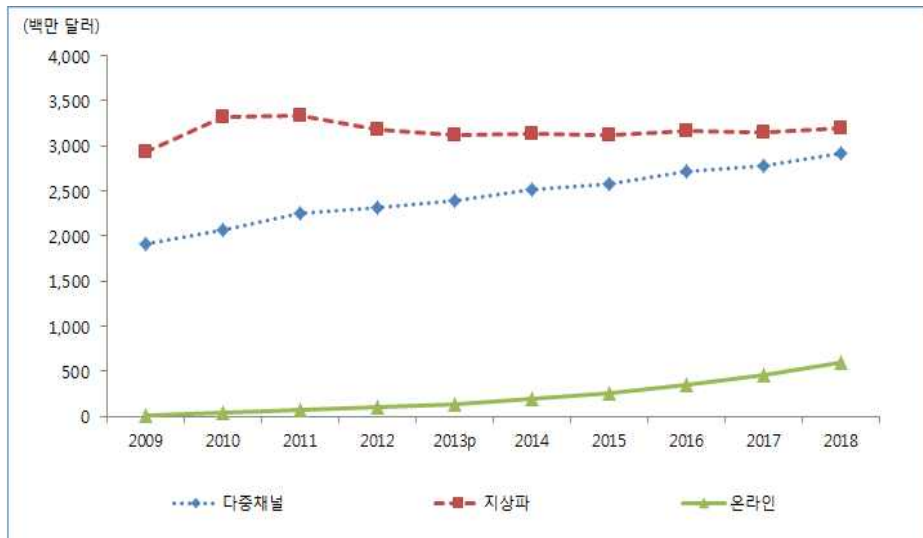
- 1. 영국
- 2. 프랑스
- 3. 독일
- 4. 스페인
- 5. 러시아
- 6. 이탈리아
- 7. 스웨덴
- 8. 터키
- 9. 중동 아프리카

[그림 2-48] 영국 TV 광고시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)

[그림 3-49] 영국 TV 광고시장별 규모 및 전망 추이, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)

제1절

1. 영국

2. 프랑스

3. 독일

4. 스페인

5. 러시아

6. 이탈리아

7. 스웨덴

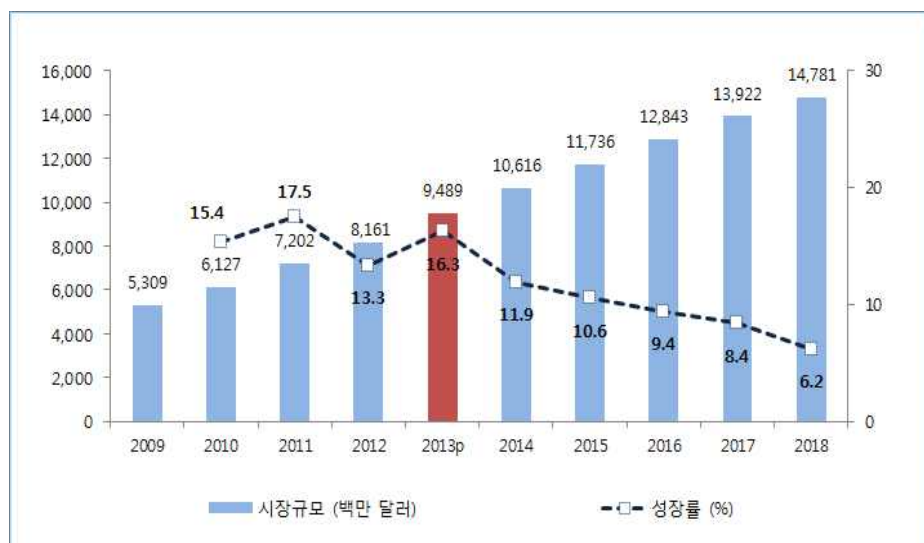
8. 터키

9. 중동·아프리카

나. 인터넷 광고

영국은 현재 유럽에서 가장 큰 인터넷 광고시장을 가지고 있을 뿐만 아니라 웹에 대한 관심도가 가장 큰 국가 중 하나로 2012년 일본을 추월하여 현재 중국과 미국의 뒤를 이어 세 번째로 큰 인터넷 광고시장으로 대두되었다. 2013년 현재 전년대비 16.3% 증가한 94억 8,900만 달러로 집계되었으며, 향후 2018년까지 연평균 9.3% 성장하면서 147억 8,100만 달러까지 시장 규모가 확대될 것으로 전망된다.

[그림 2-50] 영국 인터넷 광고시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)

2013년 기준 유료검색 광고는 전체 인터넷 광고시장에서 가장 높은 점유율을 보이고 있으며, 그 다음으로 디스플레이 광고, 모바일 광고, 안내 광고, 비디오 광고 순으로 나타나고 있다.

향후 8년간 유료검색 광고는 여전히 영국 인터넷 광고시장을 주도할 것으로 보이며, 그 뒤를 이어 모바일 광고시장이 빠르게 성장하면서 디스플레이 광고를 앞지르며 제2의 인터넷 광고 매체로서 영향력이 커질 것으로 전망된다.

제1절

1. 영국

2. 프랑스

3. 독일

4. 스페인

5. 러시아

6. 이탈리아

7. 스웨덴

8. 터키

9. 중동·아프리카

[그림 2-51] 영국 인터넷 광고시장별 규모 및 전망추이, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)

[표 2-15] 영국 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	59	121	308	795	1,570	2,086	2,499	2,862	3,190	3,458	17.1
유선	5,250	6,006	6,894	7,366	7,919	8,531	9,238	9,980	10,732	11,323	7.4
안내 광고	981	1,080	1,132	1,222	1,328	1,394	1,461	1,512	1,564	1,596	3.7
디스플레이 광고	1,098	1,558	1,749	1,794	1,833	1,921	2,017	2,125	2,245	2,345	5
비디오	41	78	175	273	380	489	622	776	952	1,107	23.9
유료검색	3,129	3,291	3,838	4,076	4,378	4,727	5,138	5,567	5,970	6,274	7.5
합계	5,309	6,127	7,202	8,161	9,489	10,616	11,736	12,843	13,922	14,781	9.3

출처 : PwC(2014)

다. 신문 광고

영국의 신문 광고는 경기악화 및 디지털 기호 확산에 따라 인쇄 신문의 독자 수가 감소하면서 상당한 위기에 직면해 있다. 영국 신문 광고시장은 2010년 이후 계속 감소하여 2013년에는 전년 대비 8.1%나 하락한 29억 4,300만 달러로 집계되었다. 향후 영국 신문 광고시장은 디지털 신문

제1절

1. 영국

2. 프랑스

3. 독일

4. 스페인

5. 러시아

6. 이탈리아

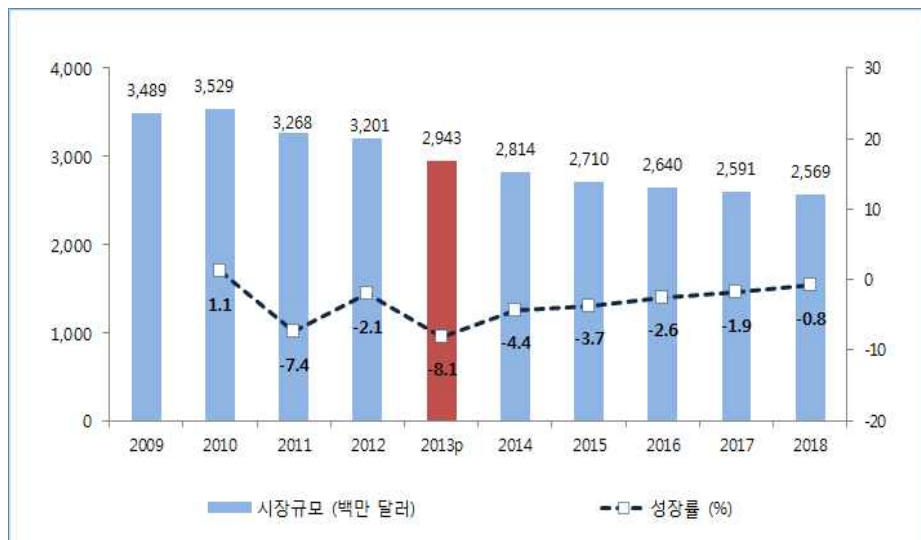
7. 스웨덴

8. 터키

9. 중동·아프리카

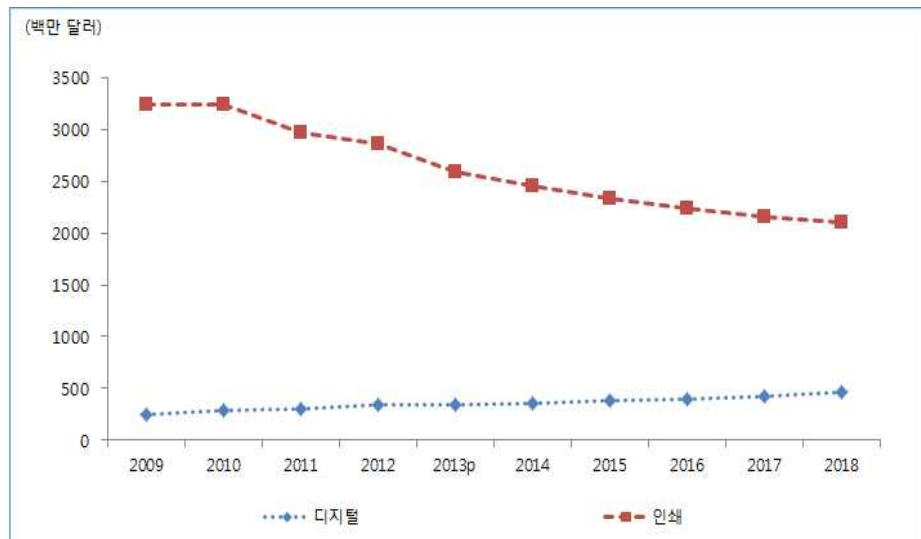
광고의 성장에도 불구하고 전체 신문시장에서 차지하는 비중이 낮아 인쇄 신문 광고 수익을 상쇄하지 못하면서 2018년에는 25억 6,900만 달러까지 시장이 축소될 것으로 전망된다.

[그림 2-52] 영국 신문 광고시장 규모 및 성장률, 2009-2018



출처 : PwC(2014)

[그림 2-53] 영국 신문 광고시장별 규모 및 전망 추이, 2009-2018



출처 : PwC(2014)

제1절

- 1. 영국
- 2. 프랑스
- 3. 독일
- 4. 스페인
- 5. 러시아
- 6. 이탈리아
- 7. 스웨덴
- 8. 터키

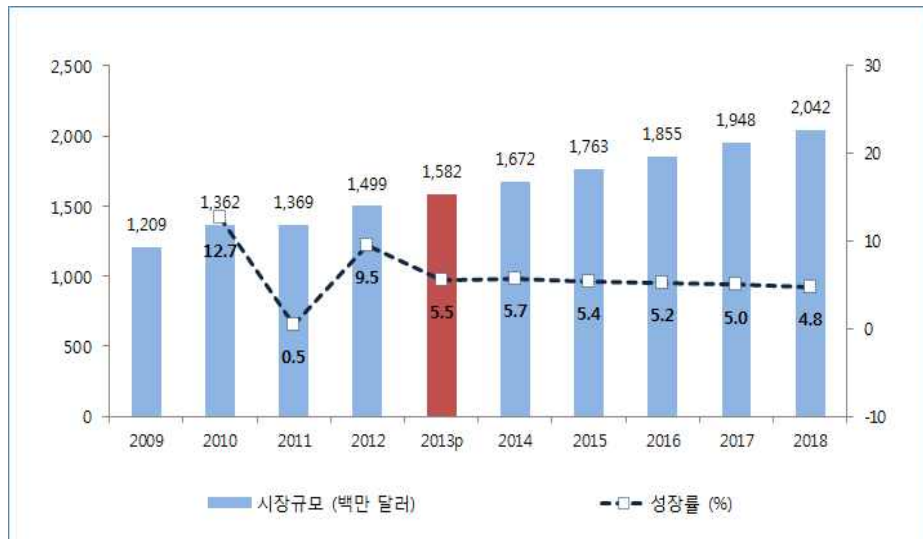
라. 옥외 광고

영국 옥외 광고시장은 프랑스에 이어 유럽에서 2번째로 큰 규모를 가지고 있으며 전 세계에서 5번째로 큰 옥외 광고시장을 형성하고 있다.

2013년 현재 영국 옥외 광고시장은 전년대비 5.5% 증가한 15억 8,200만 달러로 집계되었다.

영국의 옥외 광고 규모는 매우 큰 편으로 십만 개 이상의 길거리 패널이 있고, 5만 개의 패널이 공항에 있으며, 버스 외부에 7만개, 지하철에는 5만 5천개의 광고 패널이 있는 것으로 보고되고 있다. 특히 영국은 다른 국가에 비하여 디지털 옥외 광고의 도입을 서두른 결과, 디지털 옥외 광고 시장이 빠르게 성장하면서 2018년 영국의 옥외 광고시장은 총 20억 4,200만 달러의 시장을 형성할 것으로 전망된다.

[그림 2-54] 영국 옥외 광고시장 규모 및 성장률, 2009-2018



출처 : PwC(2014)