

(8) 광고

이탈리아 광고시장은 인터넷 광고시장을 비롯해 각 영역의 디지털 광고가 성장했음에도 불구하고 가장 큰 비중을 차지하고 있는 TV 광고시장이 2011년 이후 지속적으로 하락세를 보여 2013년에는 전년대비 6.4% 하락한 81억 5,200만 달러로 집계되었다. 향후 TV 광고의 안정적인 성장과 인터넷 광고의 높은 성장세로 이탈리아 광고시장은 2018년까지 연평균 2.9%씩 증가하여 93억 9,400만 달러에 이를 것으로 전망된다.

[표 7-14] 이탈리아 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	1,497	1,390	1,296	1,284	1,247	1,241	1,240	1,250	1,261	1,278	0.5
디지털	348	554	722	805	870	931	982	1,028	1,069	1,121	5.2
인쇄	1,149	836	574	478	378	309	258	222	193	157	△16.1
잡지 광고	1,079	1,021	1,049	856	777	729	709	699	687	678	△2.7
디지털	23	35	78	85	105	120	136	150	159	170	10.1
인쇄	1,056	987	971	771	672	609	573	548	527	509	△5.4

제1절

1. 영국

2. 프랑스

3. 독일

4. 스페인

5. 러시아

6. 이탈리아

7. 스웨덴

8. 터키

9. 중동·아프리카

[단위 : 백만 달러, %]

구분	2009	2010	2011	2012	2013p	2014	2015	2016	2017	2018	2013-18 CAGR
산업잡지 광고	60	61	73	76	79	82	86	89	93	95	3.7
디지털	8	12	25	32	36	40	45	50	55	59	10.6
인쇄	52	49	48	44	43	42	41	40	38	36	△3.7
극장광고	53	59	50	45	38	35	33	34	35	36	△1.2
신문 광고	1,676	1,627	1,527	1,279	1,128	1,010	915	841	791	754	△7.7
디지털	95	104	109	112	115	119	124	131	141	154	6.1
인쇄	1,581	1,523	1,418	1,167	1,014	891	791	710	650	600	△9.9
라디오 광고	585	630	571	512	502	491	480	469	458	446	△2.3
TV 광고	4,316	4,580	4,452	3,771	3,413	3,573	3,774	3,992	4,224	4,507	5.7
다중 채널	234	283	309	290	294	333	372	424	473	534	12.7
지상파	4,060	4,268	4,106	3,439	3,070	3,175	3,303	3,432	3,579	3,760	4.1
온라인TV	22	29	36	42	50	65	99	136	173	213	33.8
인터넷 광고	962	1,167	1,480	1,688	1,876	2,119	2,371	2,608	2,843	3,102	10.6
모바일	15	32	68	106	129	155	183	217	254	297	18.1
유선	947	1,135	1,412	1,582	1,747	1,964	2,188	2,391	2,589	2,805	9.9
옥외 광고	301	302	270	237	224	212	201	188	175	160	△6.6
디지털	0	6	6	6	7	7	8	9	10	10	8.4
오프라인	301	296	264	230	217	204	193	179	165	149	△7.2
게임 광고	33	36	38	41	44	47	49	51	53	55	4.2
산술합계 ²⁴⁵⁾	10,562	10,873	10,806	9,789	9,328	9,539	9,858	10,221	10,620	11,111	3.6
합계	10,066	10,139	9,836	8,713	8,152	8,264	8,472	8,726	9,023	9,394	2.9

출처 : PwC(2014)

245) 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

제1절

1. 영국

2. 프랑스

3. 독일

4. 스페인

5. 러시아

6. 이탈리아

7. 스웨덴

8. 터키

9. 중동 아프리카

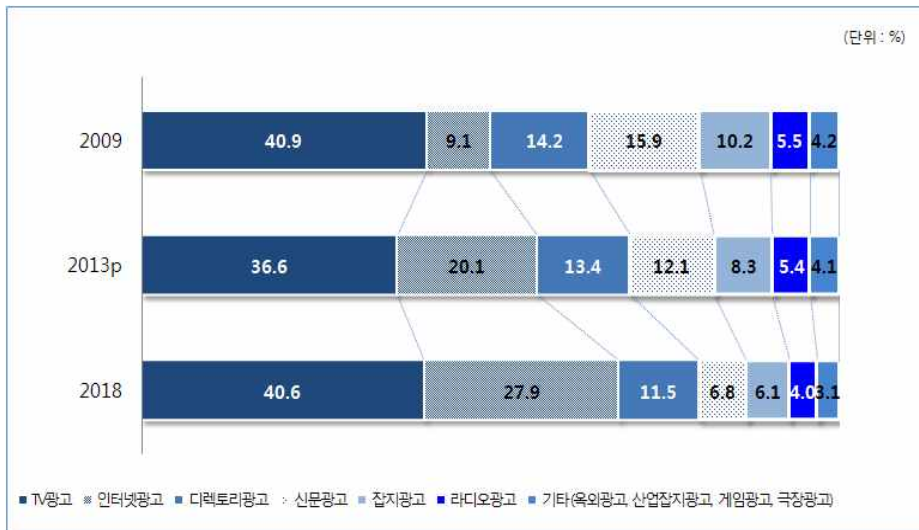
[그림 7-40] 이탈리아 광고시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)

가장 큰 시장점유율을 보이고 있는 TV 광고시장은 다중 채널과 온라인TV 광고시장의 성장에도 불구하고 가장 큰 비중을 차지하고 있는 지상파TV 광고의 지속적인 하락으로 2009년 40.9%에서 2013년 36.6%로 전체 광고시장에서의 영향력이 위축되었다.

[그림 7-41] 이탈리아 광고시장 분야별 비중 비교, 2009 vs. 2013 vs. 2018



출처 : PwC(2014)

제1절

1. 영국

2. 프랑스

3. 독일

4. 스페인

5. 러시아

6. 이탈리아

7. 스웨덴

8. 터키

9. 중동·아프리카

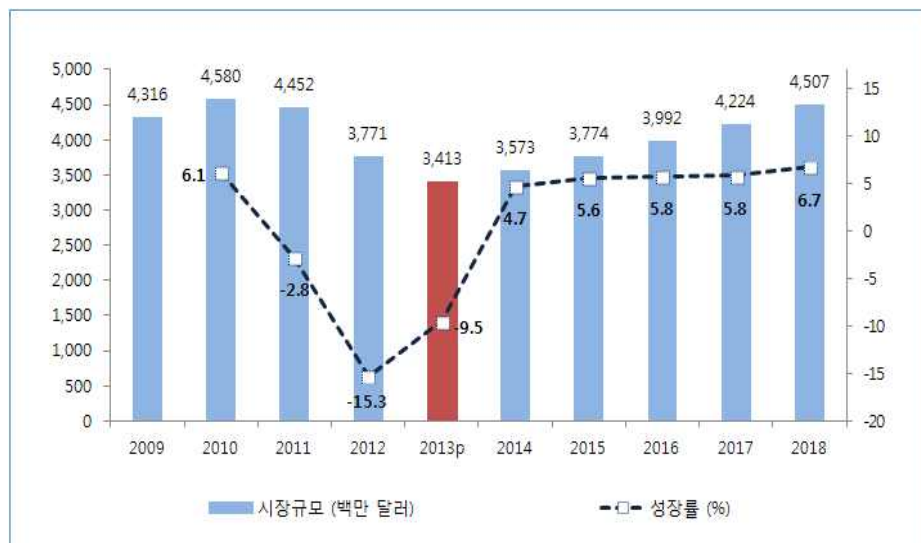
하지만, 유료TV 가입자 수가 늘어나고 OTT 서비스 이용이 늘어남에 따라 급격한 성장세가 예상되어 2018년에는 40.6%의 점유율로 비중이 늘어날 것으로 전망된다.

2009년 9.1%의 점유율을 보였던 인터넷 광고시장은 모바일과 비디오 광고시장의 폭발적인 성장세에 힘입어 지속적으로 확대되어 2018년에는 전체 광고시장의 27.9%까지 차지할 것으로 전망된다. TV 광고시장과 인터넷 광고시장의 확대로 디렉토리 광고, 신문 광고, 잡지 광고, 라디오 광고 등은 전체에서 차지하는 비중이 계속 줄어들 것으로 보인다.

가. TV 광고

이탈리아의 TV 광고시장은 다중 채널과 온라인TV 광고의 성장에도 불구하고 지상파 광고시장의 하락세로 전년대비 9.5% 감소하며 2012년에 이어 시장이 회복되지 못하면서 34억 1,300만 달러에 그쳤다. 이후 이탈리아의 TV 광고시장은 2014년부터 지상파 광고시장이 회복세로 돌아서고, 다채널TV 광고와 온라인TV 광고의 높은 성장이 지속되면서 2018년까지 연평균 5.7% 증가한 45억 700만 달러에 달할 것으로 전망된다.

[그림 7-42] 이탈리아 TV 광고시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)

제1절

1. 영국

2. 프랑스

3. 독일

4. 스페인

5. 러시아

6. 이탈리아

7. 스웨덴

8. 터키

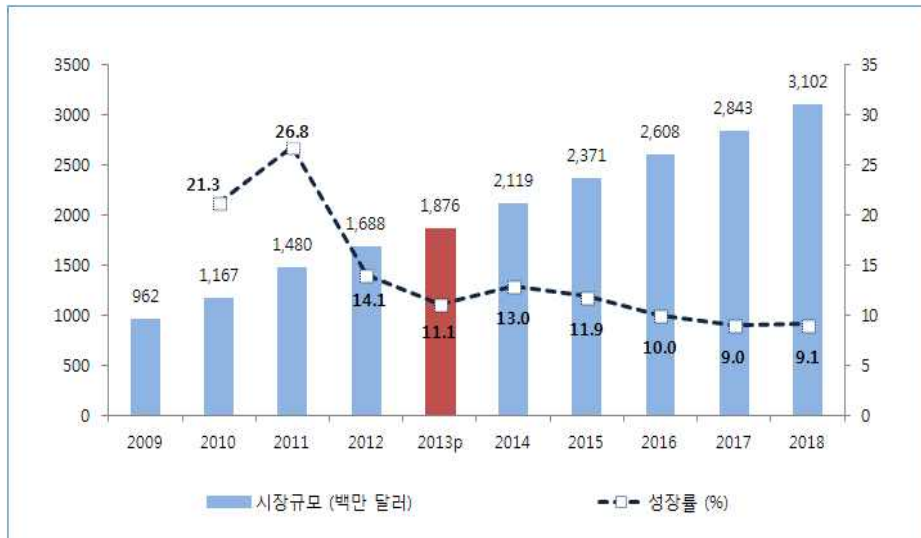
9. 중동
아프리카

나. 인터넷 광고

이탈리아 인터넷 광고시장은 2009년 이후 급속도로 성장하였으며, 2013년에는 전년대비 11.1% 성장한 18억 7,600만 달러를 기록하였다.

이탈리아 인터넷 광고시장에서 대부분을 차지하는 것은 유선 인터넷을 통한 광고 수익인데, 초고속 인터넷 망의 정비 사업이 진행됨에 따라 브로드밴드보급 지역이 확장되고 있어 유선 인터넷 광고시장은 더욱 확장될 것으로 전망된다. 또한, 스마트폰과 태블릿 등 스마트기기 보급 증가로 모바일과 비디오 광고가 빠르게 성장할 것으로 보여 이탈리아 인터넷 광고시장은 2018년까지 연평균 10.6% 성장한 31억 200만 달러 규모를 이룰 것으로 전망된다.

[그림 7-43] 이탈리아 인터넷 광고시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)

[표 7-15] 이탈리아 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	15	32	68	106	129	155	183	217	254	297	18.1
유선	947	1,135	1,412	1,582	1,747	1,964	2,188	2,391	2,589	2,805	9.9
안내 광고	184	211	222	221	229	249	268	284	301	319	6.9
디스플레이 광고	407	492	621	690	755	839	926	1,006	1,084	1,167	9.1

비디오	46	58	81	110	142	180	220	256	299	348	19.6
유료검색	310	375	488	561	622	696	774	845	906	971	9.3
합계	962	1,167	1,480	1,688	1,876	2,119	2,371	2,608	2,843	3,102	10.6

출처 : PwC(2014)

다. 신문 광고

이탈리아 신문 광고시장은 국가경제의 위축으로 인한 투자액 감소, 신문 구독자의 감소, 발행부수 감소 등으로 2013년 전년대비 11.8% 하락한 11억 2,800만 달러 규모를 나타냈다.

향후 신문 광고 매체에 대한 수요가 지속적으로 감소하면서 이탈리아 신문 광고시장은 2018년까지 연평균 7.7% 하락한 7억 5,400만 달러까지 축소될 것으로 전망된다.

[그림 7-44] 이탈리아 신문 광고시장 규모 및 성장률, 2009-2018



출처 : PwC(2014)

라. 옥외 광고

이탈리아는 전 세계에서 8번째로 큰 옥외 광고시장을 형성하고 있다. 2013년 이탈리아 옥외 광고시장은 전년대비 5.5% 하락한 2억 2,400만 달러로 집계되었다. 경제악화의 영향으로 2011년 이후 하락폭이 크게 나타났는데, 이러한 경제 환경의 불확실성과 더불어 광고주들이 옥외 광고에 대한 지분을 2%밖에 가질 수 없다는 제한이 성장의 발목을 잡을 것으로 보인다. 이에 이탈리아

제1절

1. 영국

2. 프랑스

3. 독일

4. 스페인

5. 러시아

6. 이탈리아

7. 스웨덴

8. 터키

9. 중동·아프리카

제1절

1. 영국

2. 프랑스

3.

옥외 광고시장은 디지털시장의 성장에도 불구하고 2018년까지 연평균 6.6% 하락한 1억 6,000만 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

[그림 7-45] 이탈리아 옥외 광고시장 규모 및 성장률, 2009-2018



출처 : PwC(2014)