

# 신인섭의 광고·홍보 HISTORY



## 2024 세계 광고비 전망

글 | 신인섭 (전) 중앙대학교 신문방송대학원 초빙교수 1929insshin@naver.com

2023년 세계 광고비는 9,000억 달러에 가깝게 성장했다. 정기적으로 세계 광고비를 발표하는 4대 광고회사 그룹의 계절 매체 전문회사 발표에 의하면 2023년 세계 광고비는 7200~8890억 달러이다. 2024년의 전망은 미국 대통령 선거 추정 광고비 159억 달러를 세계 광고비에 포함하느냐에 따라 달라진다. 매그나와 제니스는 이 선거 광고비를 포함해 7.2% 성장을 예견하고 있다. 물론 이 밖에도 올림픽과 유럽 축구 행사 등의 계절 행사가 있다. 한 가지 거의 틀림 없는 것은 2025년에 세계 광고비는 1조 달러를 넘을 것이라는 전망이다. 4개사의 세계 광고비 자료를 보면 일본 덴츠는 지난 2년간 성장률을 낮게 추정하고 있으며 그 밖에 서구 3개 회사의 추정은 그보다 높고 있음을 알 수 있다.

세계 광고비 (2022-2024)

광고비 : \$10억

연도	2022		2023		2024	
	광고비	성장률	광고비	성장률	광고비	성장률
그룹 M <sup>1)</sup>	808	6.5%	889	5.8%	936	5.3%
덴츠 <sup>2)</sup>	701.1	8.1%	719.8	2.7%	752.8	4.6%
매그나 <sup>3)</sup>	795	7.0%	853	5.5%	914	7.2%
제니스 <sup>4)</sup>	-	7.3%		4.5%		7.2%

- 1) THIS YEAR NEXT YEAR 2023. Global End-of-Year Forecast Dec. 2023
  - 2) Dentsu Forecasts 2024 Global Ad Spend To Grow By 4.6% And Defines A New End Of Brand Investment Metrics. Dec. 6, 2023.
  - 3) Globally, In 2024 Magna Forecasts Ad Spending to Grow 7.2%. Dec. 4, 2023.
  - 4) Zenith Reports a Consistent Global Ad Market with 4.4% Growth. Dec. 5, 2023
- \* 미국의 대통령 선거 광고 특수 포함

표2. 매그나(Magna)의 2023년 세계 4개 지역별 광고비

	NAR (\$BN)	GROWTH	PREV*	SHARE	GROWTH
GLOBAL	853	5.5%	4.7%	100%	7.2%
NORTH AMERICAN	355	3.6%	2.7%	41.6%	8.2%
EMEA	185	4.6%	4.2%	21.8%	6.2%
APAC	286	8.2%	7.1%	33.5%	6.3%
LATAM	27	8.8%	8.7%	3.1%	8.9%

\* 지역은 북미, 유럽/중동/아프리카, 아시아 태평양, 중남미이다. NAR은 \$10억 단위 광고비이며 GROWTH는 12월 기준 성장률이다. PREV.는 Previous를 줄인 말이며 2023년 6월이다.

광고비를 매우 간략하고 보기 쉽게 표로 한 것은 매그나(Magna)이다. 매그나는 세계 광고회사 그룹(지주회사) 4위인 미국 인터퍼블릭(Inter-Public Group of Companies) 계열의 매체 전문 부서이다.

표2에서 보듯이 매그나가 추정한 2023년 세계 광고비는 8530억 달러로서 전년 대비 5.5% 성장했다. 매그나는 2024년 미국 대통령선거의 해에는 세계 광고비가 \$9140억에 이를 것으로 전망했는데 주로 방대한 미국 대통령 선거전 광고비 때문이다. 광고비 추세는 대개 2회로 나누어 대비하는데 6월과 12월이며 대개 하반기 성장률이 높은 편이다.

지역별 점유율과 성장률 그리고 세계 4개 지역의 광고비 점유율 순위는 (표2)와 같은데 △북미 41.6% △아시아 태평양(APAC) 33.5% △유럽/중동/아프리카(EMEA) 21.8% △중남미(LATAM) 3.1%로서 사실상 북미, 유럽, 아시아 태평양의 3개 지역이 97%의 광고비를 차지하고 있다. 지역별 광고비 점유율은 다른 자료의 경우도 비슷하다.

그런데 성장률을 기준하면 이 순서는 달라지는데 △중남미가 1위 △아시아 태평양이 2위 △유럽/중동/아프리카 3위 △북미가 4위가 된다. 달리 보면 개발 도상국이 많은 지역의 성장률이 높다.

### 세계 10대 광고비 보유국/우면 표3 참조

매그나 자료의 세계 10대 광고비 보유국 리스트는 역시 선진 국가가 지배하고 있는데 예외는 2위 중국과 10위 브라질이다. 한국은 9위다. 그런데 지난 2-3년간 나타난 인도의 경제와 광고비 급성장으로 광고비 자료에 따라서는 인도가 10위권에 오른 경우도 있어서 7위 이하 순서는 자료 출처에 따라 변동이 있다.

### 매체별 광고비/우면 표4 참조

청각 매체의 다양화에 따라 라디오라는 표현이 오디오로 바뀌었다. 또한 디지털화가 다른 매체로 확산됨에 따라 순수 디지털(Pure Digital)이라는 구분이 생겼다. 그리고 순수 디지털은 총 광고비의 68.8%를 차지한다. 이 울러 검색에서 구매로 직결하는 방법을 실현하는 사례가 등장했다. 그 결과 매체 소구분에 검색/구매(Search/Commerce)라는 소분류가 등장하는 것이 매그나의 표 4 매체 구분에 나타나고 있다.

다섯가지 소구분이 있는 전통 매체의 광고비는 31.2%로 디지털의 절반에도 미치지 못하고 있다. TV, 오디오, 출판은 모두 성장률이 마이너스고 옥외와 극장이 증가하고 있는데 코로나의 소멸로 극장 광고가 증가한 것은 당연하다. 옥외 역시 간혀 있던 사람들이 밖으로 나감에 따

표3. 매그나의 2023년 세계 10대 광고비 보유국

	NAR(\$BN)	GROWTH	PREV*	SHARE	GROWTH
1. UNITED STATES	338	3.6%	2.7%	39.6%	8.4%
2. CHINA	152	9.8%	8.4%	17.8%	6.5%
3. JAPAN	49	5.0%	2.6%	5.8%	4.8%
4. UNITED KINGDOM	46	3.9%	4.6%	5.4%	5.7%
5. GERMANY	35	2.5%	1.5%	4.1%	4.3%
6. FRANCE	19	5.7%	2.8%	2.3%	6.3%
7. AUSTRALIA	19	4.9%	4.1%	2.2%	3.8%
8. CANADA	17	4.4%	2.9%	2.0%	5.1%
9. SOUTH KOREA	16	7.3%	6.8%	1.8%	7.0%
10. BRAZIL	15	10.5%	9.9%	1.8%	9.2%

\* 지역은 북미, 유럽/중동/아프리카, 아시아 태평양, 중남미이다. NAR은 \$10억 단위 광고비이며 GROWTH는 12월 기준 성장률이다. PREV.는 Previous를 줄인 말이며 2023년 6월이다.

라 증가했다. 옥외의 경우는 또 다른 증가 요인이 생겼는데 조사 방법의 혁신으로 광고 노출에 대한 더 정확한 옥외광고 자료가 나온 것이다.

옥외광고의 급격한 변화는 금년의 Ad Asia에서 옥외광고 세션에 세계 옥외광고 회장의 연설과 일본과 캐나다의 첨단 옥외 광고 주목물 조사 방법의 소개에서도 나타났다.

세계 광고비를 볼 때 한 가지 잊지 말 것은 광고비 조사란 1+1=2가 아니라는 사실이다. 어느 나라 광고비 조사든 항상 추정(Estimate)이라는 사실이다.



필자 | 신인섭

(전) 중앙대 신문방송대학원 초빙교수로 은탑산업훈장을 수훈했다. 1세대 광고인으로 국내 광고산업의 현대화와 국제화에 기여했다. 은퇴 후 20여 년간 다수의 논문·저서 집필과 광고계 인재 양성에도 힘썼다.

표4. 매체별 광고비

매체 구분	2023 금액 (\$10억)	2023 성장률	2023 현재 추정	2023 점유율	2024 추정 성장률
전 매체	853	5.5%	4.7%	100%	7.2%
순수 디지털	587	10.5%	8.6%	68.8%	9.4%
검색/구매	298	9.4%	9.1%	34.9%	9.3%
소셜 미디어	182	15.2%	9.8%	21.3%	11.6%
디지털 비디오	70	9.6%	8.9%	8.2%	9.2%
전통 매체	266	-4.1%	-3.1%	31.2%	2.2%
TV	158	-6.2%	-5.0%	18.5%	3.1%
오디오	29	-2.0%	-0.5%	3.4%	1.0%
출판	45	-5.1%	-4.0%	5.3%	-2.9%
옥외	32	6.9%	6.1%	3.8%	5.8%
극장	2	14.3%	23.0%	0.2%	8.4%