

Mercato pubblicitario, duopolio negli Usa per Google e Facebook

Nel 2016 Google e Facebook hanno rafforzato il proprio duopolio negli Stati Uniti, il primo mercato pubblicitario al mondo.

Secondo un'analisi di Pivotal Research, le due piattaforme online più potenti del pianeta avrebbero intercettato, da sole, il 99% della crescita degli investimenti pubblicitari online. In questo modo oltre Atlantico i due colossi si sarebbero accaparrati il 77% delle spese degli inserzionisti su Internet, ossia un mercato stimato in 72,5 miliardi di dollari, quasi 65 miliardi di euro. Nel 2015 la percentuale intercettata dai due giganti non superava il 72%.

Google, da solo, si sarebbe aggiudicato circa 37 miliardi di dollari di giro d'affari pubblicitario, cumulando i ricavi generati dal suo motore di ricerca (con una quota pari al 65% su un mercato valutato oltre 20 mld di dollari) con quelli della pubblicità «classica» (banner e video), provenienti non solo dal motore di ricerca ma anche da YouTube.

Dal canto suo, Facebook avrebbe intercettato in totale 15 miliardi di dollari di ricavi. Il 2016 ha rappresentato il giro di vite negli Usa per quanto riguarda l'espansione della pubblicità online: per la prima volta infatti, secondo l'Internet

Advertising Bureau, gli investimenti su mobile hanno rappresentato più della metà (51%) del totale delle spese nel digitale degli inserzionisti e sono aumentati del 77% per raggiungere i 36,6 miliardi di dollari, mentre il mercato digitale nel



Nel 2016 Google e Facebook hanno intercettato, da soli, il 99% della crescita degli investimenti pubblicitari online

suo insieme (fisso e mobile) è cresciuto «solo» del 21,8%.

In tutto ciò la parte del leone la fa il video online, che ha rappresentato un investimento di 9,1 mld di dollari, in aumento del 53%. Sul mobile il video è letteralmente esploso e supera i 4,2 mld di dollari di ricavi.