

La previsione verosimile di **Zenith** è che la spesa pubblicitaria continuerà ad aumentare nei prossimi due anni, passando quindi dai **20,1 miliardi di dollari del 2021** ai **22,7 miliardi di dollari del 2023**, facendo registrare un 36% in più rispetto al dato pre-pandemia (ovvero ai **16,7 miliardi di dollari del 2019**).

20,1 MILIARDI DI DOLLARI

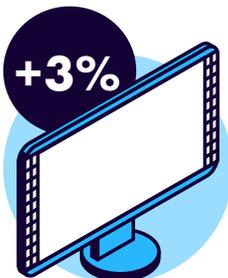
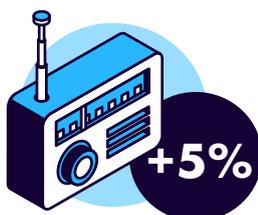
2021

22,7 MILIARDI DI DOLLARI

2023

Gli e-commerce sono diventati nuovi competitor per farmacie e GDO, per questo il digital advertising, ad oggi, è uno strumento indispensabile per creare messaggi su misura, in grado di rispondere alle varie esigenze di ogni consumatore nel momento in cui ne ha bisogno.

La previsione è che la spesa in **digital advertising** del settore **incrementerà a un tasso medio dell'11% all'anno tra il 2021 e il 2023**, mentre - ad esempio - **radio e televisione** cresceranno rispettivamente solo del **5%** e del **3%**.



Secondo le stime **Zenith**, nel **2023**, il **49%** della spesa pubblicitaria del settore **OTC** sarà focalizzata sul **digital** rispetto al 46% del 2021.