

## 디지털 광고 지출 확대 확인, 하반기 애드테크 산업 성장성 주목

윤정환 junghan\_yoon@miraeasset.com

트위터, 스냅 실적에서 확인한  
디지털 광고 지출 증가

## 트위터와 스냅의 2Q21 실적발표에서 디지털 광고 성장 확인, 애드테크 기업 주가 상승

- 트위터와 스냅의 2Q21 매출, 광고 수익 호조로 각각 컨센 대비 +12%, +16% 상회
- 3Q21의 매출 가이드선도 컨센서스 대비 각각 +11%, +7% 상향된 높은 수치 제시
- 트위터, 자사 타겟 광고 솔루션인 MAP과 애플의 SKAdNetwork의 통합. ATT 제한적
- 또한 트위터는 IDFA가 제거된 LAT(Limit Ad Tracking)의 타겟 효율을 높이는 노력 중
- 스냅 역시 SKAdNetwork 3.0에 대한 지원 및 높은 옵트인 비율로 영향 제한적 언급
- 7월 23일, 관련 애드테크 기업 주가 상승. TTD +9.5%, MGNI +4.3%, CRTO +4%

애드테크 기업 2Q21 실적 호조  
전망. 3Q21 ATT 영향  
본격화됨에도 영향 제한적일 것

## 애드테크 기업 2Q21 실적 호조 전망, 이후 ATT 본격 적용에도 실제 영향 제한적일 것

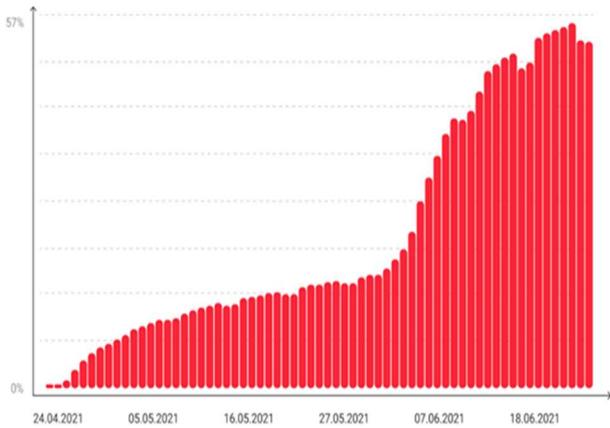
- 2Q21, Standard Media 디지털 광고 지출 증가율 YoY +61%, QoQ +17% 기록
- 7월 초, 로쿠의 업프론트 광고 계약 마감. 전년대비 2배 증가 및 신규 고객 비중 42%
- 디지털 광고 지출 확대와 함께 코로나19 이후 주목 받던 CTV 광고 지출도 증가하는 중
- TTD의 당사 2Q21 매출 추정치 \$278mn. 가이드선 상단인 \$260mn을 상회할 전망
- 다만, ATT 적용 IOS 14.5 업데이트율은 6월에서야 60% 이상으로 확대된 것으로 파악
- 광고 에이전시 Tinuiti, 6~7월 IOS 광고 지출 30% 감소 및 Android는 10% 확대 보고
- 3Q21 이후 ATT 영향 본격적으로 확인 가능할 것. 그러나 트위터, 스냅 실적에서 SKAdnetwork에 대한 빠른 적응을 확인. 이후에도 우려 대비 영향 제한적일 것

독립 애드테크 기업 성장 주목.  
Top Pick은 TTD 유지

## 9월 투명성 강화된 IOS 15 업데이트도 예정. 독립 애드테크 산업 성장 전망 긍정적

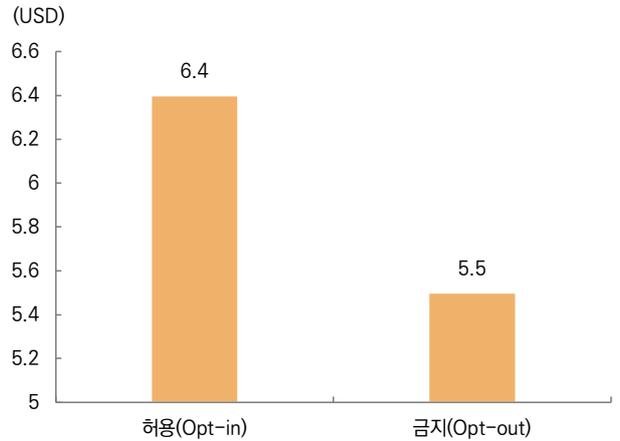
- 9월말 예정인 IOS 15 업데이트 사항: SkAdNetwork에서 정해진 애드 네트워커에게만 제공하던 컨버전 밸류를 광고주에게도 동일한 사본을 전송할 수 있도록 변화
- 광고주는 기존에 제공받지 못했던 Raw data를 획득. 구글, 페이스북 의존도 감소할 것
- 광고주의 자사 데이터 활용 및 채널 전환 가속화되며 독립 애드테크 기업이 성장할 것
- 애드테크 기업 중 TTD 선호. 12MF PSR 27x로 고성장 SaaS 피어 33x 대비 저평가
- TTD의 매출액 중 IDFA 이용하는 비중 10% 내외. 3Q21 이후에도 ATT 영향 제한적
- TTD는 7월 Solimar 업데이트를 통해 광고주의 빠른 자사 데이터 활성화 지원하는 중
- 또한 IOS 14.5 업데이트 빨라지며 3Q21 이후 저렴한 LAT 지면에 대한 광고 지출 빠르게 증가할 것. 경쟁사 대비 높은 타겟 효율 보유한 TTD의 시장 점유율 확대 전망
- TTD의 2H20 정치 광고 지출(비중 약 8%)로 인한 역기저 효과는 2H21 경기 회복으로 인한 디지털 광고 지출 확대로 상쇄 가능할 전망
- 21년 하반기, TTD의 쿠키, IDFA 우려 해소되고 디지털 광고 시장 내 장기 성장성 주목받으며 상반기부터 나타났던 피어 기업과의 밸류에이션 갭 축소될 것으로 예상

그림 1. IOS 14.5 업데이트 비율은 6월 이후 급증



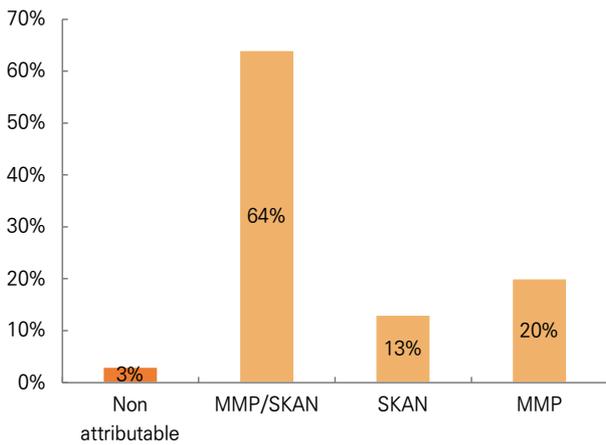
자료: DIGIDAY, 미래에셋증권 리서치센터

그림 2. IDFA 옵트아웃에 따른 모바일 지면의 CPM 변화



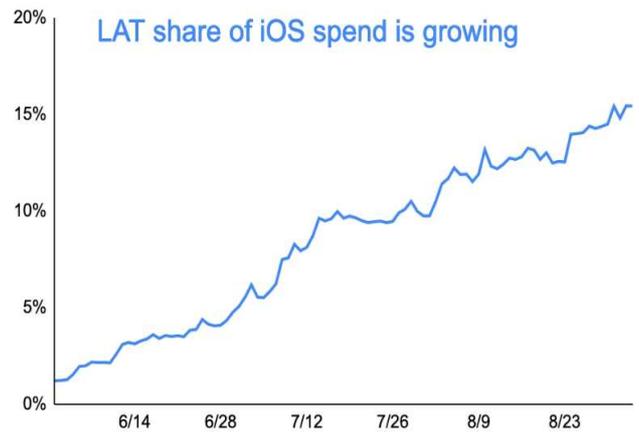
자료: SOOMLA, 미래에셋증권 리서치센터

그림 3. 21년 5월, IOS에서 발생한 Traffic(확인 불가한건 3%에 불과)



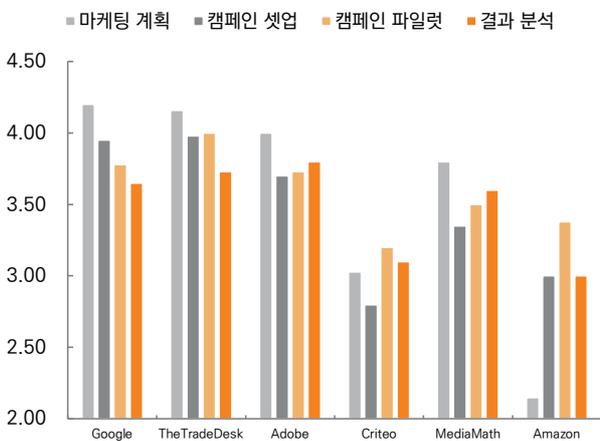
자료: 미래에셋증권 리서치센터

그림 4. IOS 14 이후 LAT 지면 대상 광고 지출 확대(가격이 싸기 때문)



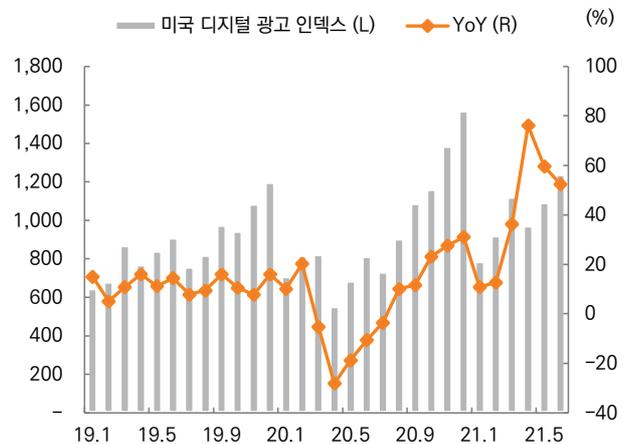
자료: 몰로코, 미래에셋증권 리서치센터

그림 5. DSP간 사용자 평가(효율 좋은 TTD가 유리할 것)



자료: 가트너(20.07), 미래에셋증권 리서치센터

그림 6. 미국 디지털 광고 지출은 지속 확대 중



자료: Standard Media Index, 미래에셋증권 리서치센터

**Compliance Notice**

- 당사는 자료 작성일 현재 조사분석 대상법인과 관련하여 특별한 이해관계가 없음을 확인합니다.
- 당사는 본 자료를 제3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
- 본 자료를 작성한 애널리스트는 자료작성일 현재 조사분석 대상법인의 금융투자상품 및 권리를 보유하고 있지 않습니다.
- 본 자료는 외부의 부당한 압력이나 간섭없이 애널리스트의 의견이 정확하게 반영되었음을 확인합니다.

본 조사분석자료는 당사의 리서치센터가 신뢰할 수 있는 자료 및 정보로부터 얻은 것이나, 당사가 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없으므로 투자자 자신의 판단과 책임하에 종목 선택이나 투자시기에 대한 최종 결정을 하시기 바랍니다. 따라서 본 조사분석자료는 어떠한 경우에도 고객의 증권투자 결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다. 본 조사분석자료의 지적재산권은 당사에 있으므로 당사의 허락 없이 무단 복제 및 배포할 수 없습니다.