

Comunicación

Q. "Al día"



INFOADEX

i2p

Inversión Publicitaria en ESPAÑA
Enero-Septiembre 2011

INFOADEX
INDICE i2p ARCE MEDIA

Q CAD – Nº 10

Octubre de 2011

INFOADEX Ene-Sep 2011/2010



Se incrementa el descenso publicitario sobre los últimos datos presentados al cierre de Junio. La inversión publicitaria en medios convencionales baja un 6,6% sobre el pasado año, situándose con 3.444,2 millones de euros.

La mayoría de los medios han decrecido, los únicos que incrementan sus cifras sobre el mismo periodo del año anterior, son **INTERNET** con un 8,5% y el **CINE** un 11,5%. El descenso más notorio lo encontramos en la **PRENSA DIARIA**, con una caída del 12,2%.

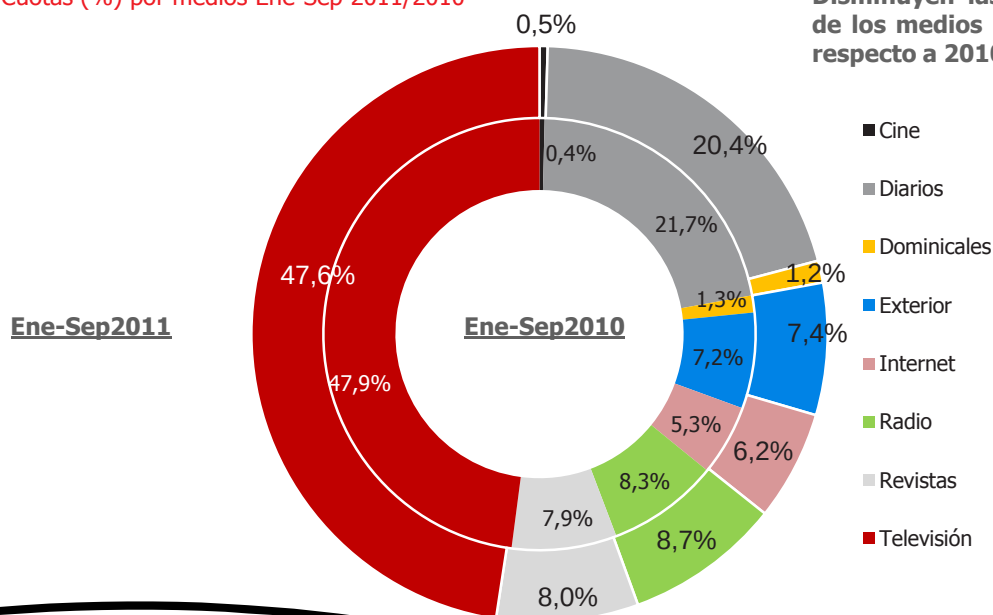
El medio televisivo desciende su cifra de inversión un 7,3%; el descenso más acusado se da en el grupo de las **TV's Autonómicas**, 22,5%. En términos de cuota, Internet sube cerca de un punto.

Medios convencionales	Ene-Sep 2011	Ene-Sep 2010	% Evolución
Cine	15,7	14	11,5
Diarios	704,1	801,9	-12,2
Dominicales	42,5	46,9	-9,5
Exterior (*)	255,2	264,5	-3,5
Internet (*)	212,1	195,5	8,5
Radio (*)	301,3	307,6	-2,1
Revistas	274,5	289,8	-5,3
Televisión	1.638,8	1.767,3	-7,3
TV's. Nacionales en abierto	1.441,8	1.522,9	-5,3
TV's Autonómicas	153,9	198,7	-22,5
Canales de pago	43,1	45,7	-5,8
Total Medios convencionales	3.444,2	3.687,7	-6,6

* Sólo se incluyen los soportes y formatos controlados por INFOADEX (en el caso de Internet, los formatos gráficos)

Cuotas (%) por medios Ene-Sep 2011/2010

Disminuyen las cuotas de participación de los medios Diarios, Dominicales y TV respecto a 2010



INFOADEX Ene-Sep 2011/2010

INFOADEX

TELEVISION

El medio Televisión cae un 7,3%

El grupo de Tv's nacionales en abierto concentran una inversión de 1.441,8 millones de € (bajan un 5,3%). El grupo de tv's autonómicas, descienden de manera significativa, un 22,5% (casi dos puntos menos en la cuota de participación sobre el pasado año). Comportamiento decreciente de las tv's de pago que caen un -5,8%. Por Grupos, TELE 5 se mantiene líder con 711 millones y una cuota de participación del 43,5%, algo más de 13 puntos sobre el Grupo Antena 3.

Cadenas	Total Publicidad (mill. €)		% Evol. 11/10	% cuota	
	Ene-Sep 2011	Ene-Sep 2010		Ene-Sep 2011	Ene-Sep 2010
Total Televisión	1.638,8	1.767,3	-7,3	100	100
Grupo Tele 5(*)	711	574,3	(**)	43,5	32,5
Grupo Antena 3 TV (*)	496	487,3	1,8	30,3	27,6
Cuatro		216,3	(**)	0	12,2
Grupo La Sexta (*)	190	195	-2,6	11,6	11
Veo 7	11,8	16,4	-28,2	0,7	0,9
Disney Channel	14	16,6	-15,4	0,9	0,9
Intereconomía	7	11,5	-39,1	0,4	0,7
Marca TV	9			0,5	
Resto TV. Nacionales en abierto	3	5,5	-45,8	0,2	0,3
Total TV nac. en abierto	1.441,8	1.522,9	-5,3	88,2	86,2
TV3	59,2	71,3	-17,0	3,6	4
Canal Sur	23,8	32,9	(***)	1,5	1,9
TVM	17	26,2	(***)	1	1,5
Canal 9	12,3	16,1	-24,0	0,8	0,9
TV Galicia	13,4	15,7	-14,6	0,8	0,9
ETB	9,8	9,7	0,8	0,6	0,5
Resto TV. Autonómicas	18,4	26,8	-31,6	1,1	1,5
Total TV Autonómicas	153,9	198,7	-22,5	9,4	11,2
Total canales de pago	43,1	45,7	-5,8	2,6	2,6

(*) Se integran bajo el paraguas grupo los canales TDT 100% propiedad de la cadena (multiplex)

(**) No se establece comparación porque la base no es homogénea (ya que el Grupo Tele 5 incluye en 2011 a Cuatro)

(***) Al haber variado en la declaración las cifras de enero-septiembre de 2011 de TV M. (23,0 M) y de Canal Sur (24,1 M) respecto a las que constaban en el cuadro del año anterior, aunque en el cuadro se mantiene la cifra anterior por razón de integridad de la información, no se refleja el porcentaje de evolución, evitando mostrar así una tendencia errónea. Con la nueva información las evoluciones de estas cadenas serían del -26,1% para TV M y del -1,2% para Canal Sur.

Estudio I2p



i2p es el estudio de inversión publicitaria en medios convencionales que realiza ARCE MEDIA en colaboración con Media Hotline.

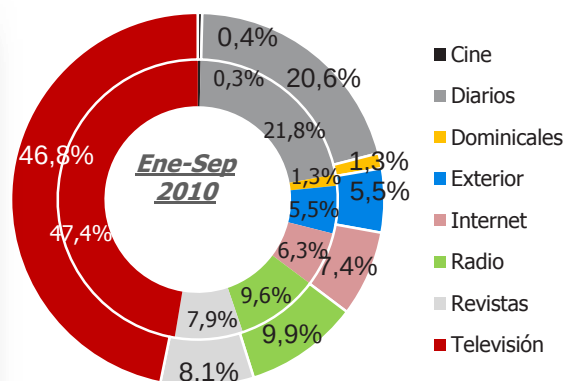
Según ARCE MEDIA la inversión publicitaria en Ene-Sep 2011 **cae un 6,6%** sobre el mismo periodo del pasado año.

La inversión publicitaria en medios convencionales ha sido de **3.409,9 millones de euros**; por medios Internet y Cine son los únicos medios con aumento en su inversión, al igual que las cifras publicadas por Infoadex.

Inversión Arce Media 2011/2010

DATOS ARCE MEDIA			
Medios convencionales	Ene-Sep 2011	Ene-Sep 2010	% Evolución
Cine	13,2	12,2	8,1
Diarios	703,1	795,7	-11,6
Dominicales	44,7	47,5	-5,9
Exterior	188,7	201	-6,1
Internet	253,1	230,1	10,0
Radio	336,9	349,1	-3,5
Revistas	274,8	287	-4,3
Televisión	1.595,5	1.729,6	-7,8
Total Medios	3.409,9	3.652,2	-6,6

Ene-Sep 2011



Proyección inversión publicitaria i2p Arce para 2011

Las cifras de proyección publicitaria que ARCE MEDIA junto con Media HOTLINE estiman para el año 2011 **se incrementa el descenso sobre las cifras publicadas por esta misma fuente al cierre del semestre. El total medios descenderá cerca de un 6%. Por medios, sólo crecerán INTERNET y CINE.**

Aumenta la cuota de mercado, de Internet, y en menor medida Radio y Revistas.

DATOS ARCE MEDIA			
Medios convencionales	Año 2011	Año 2010	% Evolución
Cine	20,6	19,6	5,1
Diarios	983,8	1.112,9	-11,6
Dominicales	73,3	77,3	-5,2
Exterior	268,4	286,2	-6,2
Internet	391,8	358,5	9,3
Radio	480,8	497,5	-3,4
Revistas	401	419,2	-4,3
Televisión	2.231,7	2.386,9	-6,5
Total Medios	4.851,5	5.158,1	-5,9

Comparativo INFOADEX vs ARCE MEDIA



Mínimas diferencias entre las dos fuentes.

En el comparativo de cifras publicado por las dos fuentes oficiales que en la actualidad hay en el mercado no se aprecian diferencias en cuanto al porcentaje evolutivo, es coincidente, no así las cifras totales, INFOADEX da 3.444,2 mientras que ARCE MEDIA 3.409,9. Por medios, la diferencia más notable la encontramos en el medio DOMINICALES dónde ARCE le otorga un descenso del -5,9% e INFOADEX da un -9,5%.

En ambas fuentes, INTERNET y CINE son los únicos medios que crecen.

DATOS INFOADEX

Medios convencionales	Ene-Sep 2011	Ene-Sep 2010	% Evolución
Cine	15,7	14	11,5
Diarios	704,1	801,9	-12,2
Dominicales	42,5	46,9	-9,5
Exterior (*)	255,2	264,5	-3,5
Internet (*)	212,1	195,5	8,5
Radio (*)	301,3	307,6	-2,1
Revistas	274,5	289,8	-5,3
Televisión	1.638,8	1.767,3	-7,3
TV's. Nacionales en abierto	1.441,8	1.522,9	-5,3
TV's Autonómicas	153,9	198,7	-22,5
Canales de pago	43,1	45,7	-5,8
Total Medios convencionales	3.444,2	3.687,7	-6,6

DATOS ARCE MEDIA

Medios convencionales	Ene-Sep 2011	Ene-Sep 2010	% Evolución
Cine	13,2	12,2	8,1
Diarios	703,1	795,7	-11,6
Dominicales	44,7	47,5	-5,9
Exterior (*)	188,7	201	-6,1
Internet (*)	253,1	230,1	10,0
Radio (*)	336,9	349,1	-3,5
Revistas	274,8	287	-4,3
Televisión	1.595,5	1.729,6	-7,8
TV's. Nacionales en abierto			
TV's Autonómicas			
Canales de pago			
Total Medios convencionales	3.409,9	3.652,2	-6,6

Comparativo Cuotas por medios INFOADEX vs ARCE MEDIA

