

Comunicado de InfoAdex a 11/02/2010.

Ante las noticias de la próxima presentación de un estudio de inversión publicitaria en España 2009, queremos hacer público el presente comunicado: - El **EstudioInfoAdex de la Inversión Publicitaria en España**, que en este 2010 hace su decimosexta edición, ha sido desde su inicio un estudio sectorial. Lo demuestra el apoyo y participación activa que desde 1994 han tenido las diferentes asociaciones del sector presentes en su Comité Técnico. - En la última reunión de este Comité Técnico quedó de manifiesto la conveniencia de evitar la confusión que la presentación de unos resultados con el mismo título puede producir en el mercado. Uno de los principales objetivos de las diferentes asociaciones siempre ha sido contribuir al mayor conocimiento y transparencia dentro del mundo de la comunicación y la publicidad. - En el estudio de InfoAdex, se recoge con una misma unidad de criterio parte de la historia esencial de la publicidad, como son sus inversiones publicitarias desde 1994. En este tiempo también se han desarrollado sistemas para homogeneizar estas series históricas con las elaboradas desde los años 70, lo que implica tener una información consistente para el análisis histórico de los últimos 40 años. Con el fin de evitar las posibles confusiones, se adelantan en este comunicado y formando parte inseparable de él, las grandes cifras por medios del comportamiento del sector en 2009 que ofrece el **Estudio InfoAdex de la Inversión Publicitaria en España**, comparadas con las de 2008. Como se puede observar representan una caída en la inversión publicitaria en el pasado año 2009 del -14,8%, siendo del -20,8% en medios convencionales y del -13,0% en no convencionales. Dichas cifras serán expuestas con detalle en sendas presentaciones en Madrid el 25-02-10 y en Barcelona el 26-02-10.

MEDIOS CONVENCIONALES	2009	% Inc. 09/08	2008
DIARIOS	1.174,1	-22,1	1.507,9
DOMINICALES	68,9	-33,7	103,9
REVISTAS	401,9	-34,9	617,3
RADIO	537,3	-16,3	641,9
CINE	15,4	-26,5	21,0
TELEVISIÓN (*)	2.368,4	-23,2	3.083,9
EXTERIOR	401,4	-22,6	518,3
INTERNET (*)	661,0	8,4	610,0
SUBTOTAL MEDIOS CONVENCIONALES	5.628,3	-20,8	7.104,3
MEDIOS NO CONVENCIONALES	2009	% Inc. 09/08	2008
MAILING PERSONALIZADO	1.927,0	-2,5	1.976,4
BUZONEO/FOLLETOS	832,9	-2,3	852,5
MARKETING TELEFONICO	1.121,0	1,9	1.100,6
MARKETING MOVIL (excluido Internet)	20,7	8,5	19,1
REGALOS PUBLICITARIOS	175,6	-22,6	227,0
P.L.V., MERCHANDISING, SEÑALIZACION Y ROTULOS	1.197,8	-22,7	1.548,8
FERIAS Y EXPOSICIONES	80,8	-25,9	109,0
ACTOS DE PATROC., MECEN. MARK. SOCIAL Y RSC	500,3	-12,2	569,5
ACTOS DE PATROCINIO DEPORTIVO	436,3	-4,6	457,6
PUBL. DE EMPRESA, REV., BOLETINES, MEMORIAS	23,7	-27,1	32,5
ANUARIOS, GUIAS Y DIRECTORIOS	485,9	-20,3	609,9
CATALOGOS	120,0	-16,8	144,1
JUEGOS PROMOCIONALES	44,7	-11,2	50,3
TARJETAS DE FIDELIZACION	46,4	-3,6	48,1
ANIMACION PUNTO DE VENTA	64,9	-3,8	67,5
SUBTOTAL MEDIOS NO CONVENCIONALES	7.078,1	-13,0	7.812,9
GRAN TOTAL	12.706,4	-14,8	14.917,2

Fuente: InfoAdex

(*) Cifras provisionales estimadas por Infoadex a 11/02/10