

LA INVERSIÓN PUBLICITARIA CRECE EL 0,6% EN LOS TRES PRIMEROS MESES DE 2010

Primer trimestre con signo positivo después de seis trimestres consecutivos de descenso

De enero a marzo de 2010 la inversión publicitaria en los medios convencionales ha experimentado un crecimiento del 0,6%, situándose en un volumen de 1.198,0 millones de euros, frente a los 1.190,9 millones que se registraron en el mismo periodo del pasado ejercicio.

De los medios convencionales que controla InfoAdex, cuatro han decrecido en sus cifras de inversión publicitaria y el resto presenta incrementos en su volumen de negocio. Televisión, que es el primer medio por volumen de inversión, ha crecido el 1,9%, alcanzando una cifra de 584,7 millones de euros en los tres primeros meses del año. Diarios, el segundo medio por su cuantía absoluta de inversión publicitaria, ha registrado en el período enero-marzo de 2010 una caída del -2,9%, situándose en 244,6 millones de euros. Radio, se ha situado en tercer lugar por su cifra de 116,1 millones, que representa un decremento del -1,2% de la inversión respecto a la alcanzada en el mismo período en 2009.

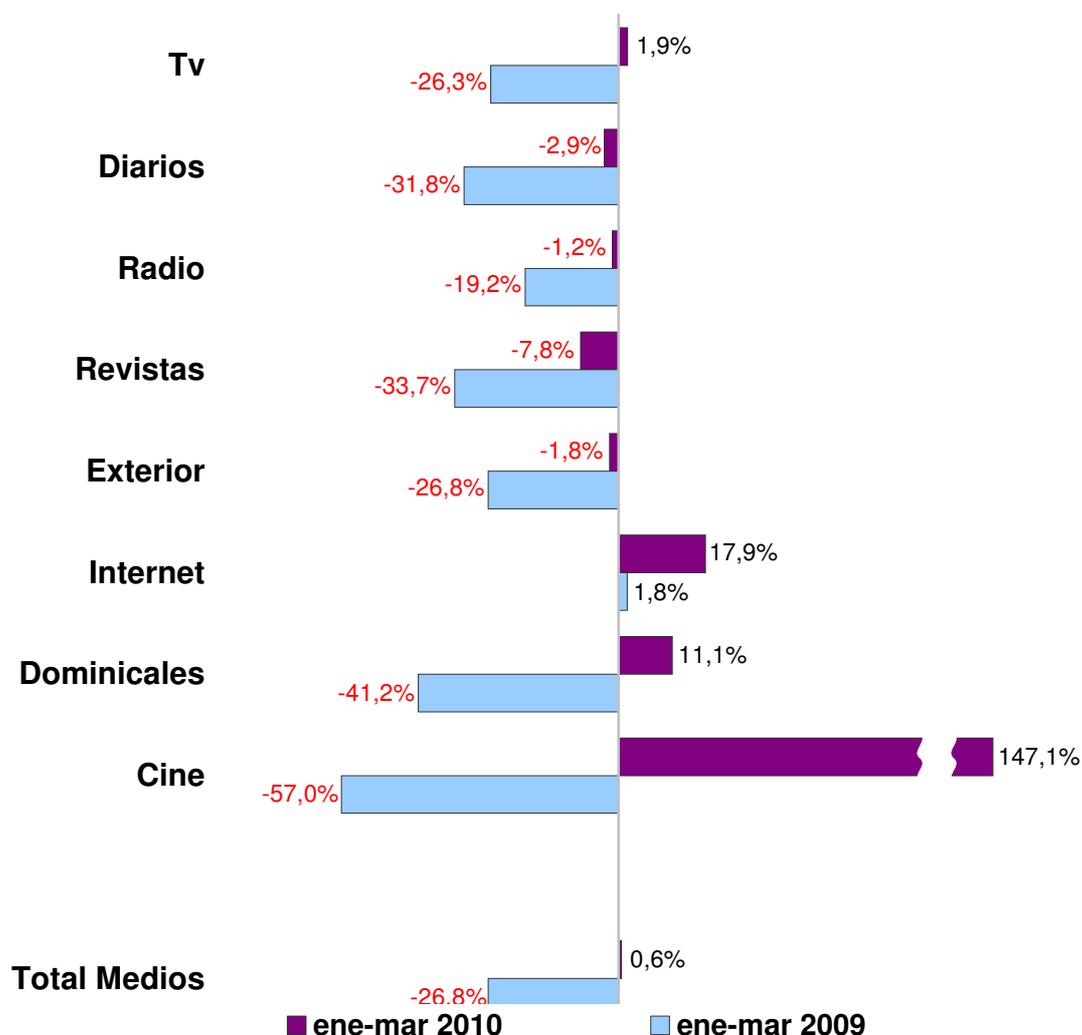
Medios convencionales	ene-mar 2010	ene-mar 2009	% evol.
Diarios	244,6	251,9	-2,9
Dominicales	14,6	13,2	11,1
Revistas	89,2	96,7	-7,8
Radio (*)	116,1	117,5	-1,2
Cine	5,3	2,1	147,1
Televisión	584,7	573,6	1,9
<i>TV's. Nacionales y Autonómicas</i>	562,8	560,5	0,4
<i>Otras TDT's generalistas</i>	8,5	2,7	216,3
<i>Canales de pago</i>	13,3	10,4	28,8
Exterior (*)	83,5	85,0	-1,8
Internet (*)	60,0	50,9	17,9
Total Medios convencionales	1.198,0	1.190,9	0,6

(*) Solo incluye los soportes controlados por InfoAdex

Fuente: InfoAdex

El medio Revistas obtiene un volumen de negocio publicitario de 89,2 millones de euros y muestra con ellos una disminución del -7,8%. Viene a continuación por volumen de inversión el medio Exterior, cuya cifra en los tres primeros meses del año es de 83,5 millones, lo que representa un decrecimiento del -1,8% respecto al mismo período del año anterior

Evolución por medio ene-mar 2010 / ene-mar 2009



Fuente InfoAdex

Después de TV es Internet, por orden de volumen, el siguiente medio que presenta un crecimiento en el período, aumentando un 17,9% y llegando a 60,0 millones en los tres primeros meses del año. El medio que sigue por el volumen de su cifra es Dominicales, que también crece, y con una inversión un 11,1% mayor que la del mismo período del año anterior se sitúa en una cifra de 14,6 millones de euros. Por último, el medio Cine, el menor en cuanto a su volumen dentro de los medios convencionales, ha experimentado un fuerte crecimiento del 147,1%, que conviene interpretar teniendo en cuenta el pequeño volumen de su cifra, que es la menor dentro del conjunto de los medios convencionales, llegando a obtener una inversión publicitaria de 5,3 millones de euros en el período considerado.

La televisión crece el 1,9%

Las televisiones nacionales y autonómicas, con un crecimiento de 0,4%, absorben el hueco dejado por TVE

La inversión publicitaria en televisión en los tres primeros meses de 2010 ha sido un 1,9% superior a la del período similar del año anterior, pasando de una cifra de 573,6 millones de euros en ene-mar 2009 a los 584,7 millones en el mismo período en este año.

Conviene señalar que las cifras que se muestran en la tabla han sido en algunos casos estimadas por InfoAdex. Es asimismo necesario aclarar que toda la cifra estimada se ha imputado directamente a las propias cadenas de televisión, haciendo abstracción de que los ingresos pudieran corresponder a otras sociedades o empresas vinculadas a ellas.

De enero a marzo de 2010 ha decrecido en un -2,5% la inversión publicitaria de las televisiones nacionales, que se ha quedado en un importe de 492,5 millones de euros, lo que ha supuesto que su cuota de mercado se sitúe en el 84,2%. A pesar de esta reducción, como estaba recogida en este grupo en el año anterior la inversión de TVE, que este año desaparece, las cuotas de mercado de sus componentes se han visto sustancialmente incrementadas en este trimestre.

Publiespaña-Tele 5 se mantiene como líder en volumen de facturación en los tres primeros meses de 2010. La cifra que ha alcanzado es de 194,0 millones frente a los 147,6 millones del mismo período del año anterior, lo que representa un crecimiento del 31,5%, habiendo obtenido una cuota de mercado del 33,2%.

ATRES Advertising-Antena 3 ocupa la segunda posición, con un incremento del 20,3% en el período de enero a marzo de 2010, alcanzando una cifra de inversión publicitaria de 167,9 millones y una participación de mercado del 28,7%.

Cuatro TV muestra un crecimiento del 19,9% respecto a la cifra alcanzada en los tres primeros meses del año anterior y alcanza un volumen de inversión publicitaria de 70,5 millones de euros con una cuota del 12,1%.

Publiseis-La Sexta, que tiene el mayor índice de crecimiento de las televisiones nacionales, sube su volumen de facturación en el 40,0%, pasando de 43,0 millones en enero-marzo de 2009 a 60,2 millones en el mismo período en este año, lo que sitúa su cuota en el 10,3%.

A su vez, la inversión publicitaria en las distintas televisiones autonómicas que emiten en España alcanzó en los tres primeros meses del año la cifra de 70,3 millones de euros, un 26,5% más que los 55,6 millones que se registraron en igual período en 2009. Esta evolución hace que la cuota de mercado global de este grupo de televisiones pase del 9,7% que tenía en el período enero-marzo de 2009 al 12,0% que presenta en el período actual.

Las otras TDT's generalistas han evolucionado con un fuerte crecimiento del 216,3%, llegando a alcanzar un volumen de facturación de 8,5 millones sobre el millón y medio que tenían en el primer trimestre del año anterior, llegando a representar en este año el 1,5% del mercado.

También han mostrado un comportamiento positivo los Canales de Pago, que presentan un crecimiento del 28,8% y una cifra absoluta de 13,3 millones, lo que sitúa su cuota de participación en el 2,3% en el primer trimestre de 2010

Cadenas	Total publicidad (mill. €)		% evol. 10/09	% cuota	
	ene-mar 2010	ene-mar 2009		ene-mar 2010	ene-mar 2009
Total televisión	584,7	573,6	1,9		
TVE		116,0	-100,0		20,2
Tele 5	194,0	147,6	31,5	33,2	25,7
Antena 3 tv	167,9	139,6	20,3	28,7	24,3
Cuatro	70,5	58,8	19,9	12,1	10,2
La Sexta	60,2	43,0	40,0	10,3	7,5
Total tv. nacionales	492,5	504,9	-2,5	84,2	88,0
TV. Aut. Canarias	1,3	0,9	47,9	0,2	0,2
TV. CMT	1,0	0,6	56,5	0,2	0,1
TV 3	24,6	19,9	23,6	4,2	3,5
TV. Galicia	5,4	4,3	26,5	0,9	0,7
E.T.B.	3,6	3,1	13,2	0,6	0,5
TV M.	10,9	9,0	20,5	1,9	1,6
Canal Sur	11,2	9,1	23,0	1,9	1,6
Canal 9	6,0	4,7	28,9	1,0	0,8
IB 3	0,9	0,7	29,0	0,2	0,1
TPA	0,5	0,2	155,4	0,1	0,0
TV Aragón	0,9	0,6	57,8	0,2	0,1
TAM	0,7	0,5	31,2	0,1	0,1
8 TV	2,9	1,6	79,2	0,5	0,3
Onda 6	0,5	0,3	44,0	0,1	0,1
Total tv. autonóm.	70,3	55,6	26,5	12,0	9,7
Total tv. nac. + auton.	562,8	560,5	0,4	96,3	97,7
Otras TDT's generalistas	8,5	2,7	216,3	1,5	0,5
Canales de Pago	13,3	10,4	28,8	2,3	1,8

Fuente InfoAdex