

## LA INVERSIÓN PUBLICITARIA CRECE UN 0,6% EN LOS PRIMEROS NUEVE MESES DE 2018

En el periodo de enero a septiembre de 2018, la inversión publicitaria destinada a medios convencionales ha crecido un 0,6% sobre el período equivalente del año anterior, alcanzando una cifra de 3.125,2 millones de euros, frente a los 3.107,9 millones de 2017, repitiendo el porcentaje de incremento registrado en el primer semestre del presente año

Televisión, se mantiene como primer medio por volumen de inversión, al obtener 1.508,1 millones de euros, a pesar de haber descendido un -1,3% frente al mismo periodo del año anterior. Internet se consolida como segundo medio por valor absoluto de inversión publicitaria al crecer, en los primeros nueve meses del 2018, un 12,8% en inversión, con 515,2 millones de euros. Diarios, que ocupa el tercer lugar por cifra de inversión, se sitúa en 359,3 millones, continuando con una evolución negativa (-6,1%) frente al año anterior.

| Medios convencionales              | ene-sep '17    | ene-sep '18    | % evol.    |
|------------------------------------|----------------|----------------|------------|
| Cine                               | 15,6           | 16,2           | 4,0        |
| Diarios                            | 382,5          | 359,3          | -6,1       |
| Exterior <sup>(1)</sup>            | 257,3          | 259,5          | 0,9        |
| Internet <sup>(2)</sup>            | 456,7          | 515,2          | 12,8       |
| Radio                              | 280,5          | 289,9          | 3,4        |
| Revistas                           | 168,4          | 159,3          | -5,4       |
| Suplementos + Dominicales          | 19,2           | 17,6           | -8,4       |
| Total Televisión                   | 1.527,7        | 1.508,1        | -1,3       |
| <i>Tv's nacionales en abierto</i>  | 1.381,0        | 1.364,0        | -1,2       |
| <i>Tv's autonómicas</i>            | 80,6           | 70,7           | -12,3      |
| <i>Canales de pago</i>             | 66,2           | 73,4           | 10,9       |
| <b>Total medios convencionales</b> | <b>3.107,9</b> | <b>3.125,2</b> | <b>0,6</b> |

<sup>(1)</sup> Se ha actualizado la información de exterior por la incorporación de un nuevo exclusivista al control.

<sup>(2)</sup> Se ha incluido en 2017 la estimación correspondiente al formato vídeo.

**Fuente: InfoAdex.**

**Se incluyen exclusivamente los soportes controlados por InfoAdex.**



Radio, el cuarto medio por volumen de inversión, experimenta una subida del 3,4% en el periodo, consiguiendo 289,9 millones en los nueve primeros meses del año. Exterior, con un crecimiento del 0,9%, se sitúa en una inversión de 259,5 millones de euros. Revistas, cuya inversión de enero a septiembre es de 159,3 millones, decrece un -5,4% respecto al mismo período del año anterior.

Suplementos y Dominicales arroja un índice de evolución del -8,4% sobre los nueve meses correspondientes al año anterior y 17,6 millones de euros. Cine presenta un crecimiento del 4,0%, con lo que logra una cifra, en el período enero-septiembre de 2018, de 16,2 millones de euros.

#### **DATOS DE INVERSIÓN DE TELEVISIÓN EN EL PERIODO ENERO-SEPTIEMBRE DE 2018**

La evolución de la inversión publicitaria en televisión ha sido del -1,3% en los nueve primeros meses de 2018.

Conviene destacar que las cifras que se muestran en la tabla han sido en determinados casos estimadas por InfoAdex. También es necesario tener en cuenta en el apartado de las televisiones nacionales en abierto que, a los efectos de este análisis, se han integrado bajo el paraguas «grupo» los canales de TDT que son 100% propiedad de la cadena (multiplex).

En el periodo enero-septiembre de 2018, la inversión publicitaria del grupo de las televisiones nacionales en abierto ha decrecido un -1,2%, consiguiendo 1.364,0 millones de euros de inversión, que se corresponde con una cuota de mercado del 90,4%.

Mediaset España, con una evolución del -0,5% respecto al mismo periodo del año anterior, ha obtenido una cifra de 658,5 millones de euros, resultando una cuota de mercado del 43,7%.

Atresmedia ha alcanzado una cifra de 617,2 millones de euros que se traduce en un decrecimiento del -3,5% respecto al mismo periodo del 2017, situando su cuota en el 40,9%. 22

A su vez, la inversión publicitaria en el grupo de las televisiones autonómicas concentra en los nueve primeros meses del año, una inversión de 70,7 millones de euros, lo que supone un descenso del -12,3% sobre los 80,6 millones que se registraron en el mismo período de 2017. Esta evolución sitúa la cuota de mercado de este grupo de televisiones en el 4,7%.

Los canales de pago muestran en el período analizado, un crecimiento del 10,9%, alcanzando una inversión publicitaria de 73,4 millones sobre los 66,2 millones que tenían en los primeros nueve meses del año anterior, obteniendo una cuota del 4,9% del mercado.





**Inversión publicitaria en las cadenas de televisión en el periodo enero-septiembre de 2018 (millones de €)**

| Cadenas                    | Total inv. publicitaria (mill.) |             | % evol.<br>18/ 17 | % Cuota     |             |
|----------------------------|---------------------------------|-------------|-------------------|-------------|-------------|
|                            | ene-sep '17                     | ene-sep '18 |                   | ene-sep '17 | ene-sep '18 |
| Total televisión           | 1.527,7                         | 1.508,1     | -1,3              | 100,0       | 100,0       |
| Mediaset España            | 662,0                           | 658,5       | -0,5              | 43,3        | 43,7        |
| Atresmedia                 | 639,5                           | 617,2       | -3,5              | 41,9        | 40,9        |
| Otras tv's nacionales      | 79,5                            | 88,3        | 11,1              | 5,2         | 5,9         |
| Total TV. nacional abierto | 1.381,0                         | 1.364,0     | -1,2              | 90,4        | 90,4        |
| Total TV. autonómicas      | 80,6                            | 70,7        | -12,3             | 5,3         | 4,7         |
| Total canales pago         | 66,2                            | 73,4        | 10,9              | 4,3         | 4,9         |

Fuente: InfoAdex

