

LA INVERSIÓN PUBLICITARIA en ESPAÑA **2008**

con el patrocinio de:

mediaedge:cia
Active Engagement



LA INVERSIÓN PUBLICITARIA en ESPAÑA 2008

Madrid, 4 de marzo 2008

colaboradores



asociación española agencias publicidad



CONTENIDO del ESTUDIO

- 1** El Marco Económico
- 2** Mercado Publicitario
Inversión Real Estimada
- 3** Ranquin Anunciantes y Estacionalidad
- 4** Medios Convencionales
- 5** Metodología

1

Marco Económico

Marco Económico 2007

- El PIB ha crecido el 3,8%, frente al 3,9% del año anterior
- El I.P.C de 2007 ha sido del 4,3%
- El gasto de los hogares ha disminuido en seis décimas (del 3,7% al 3,1%)
- El consumo final de las Administraciones Públicas ha acelerado su crecimiento en tres décimas (del 4,8% al 5,1%)

2

Mercado Publicitario

Inversión Real Estimada

(total medios en mill. de €)

2006 14.747,6

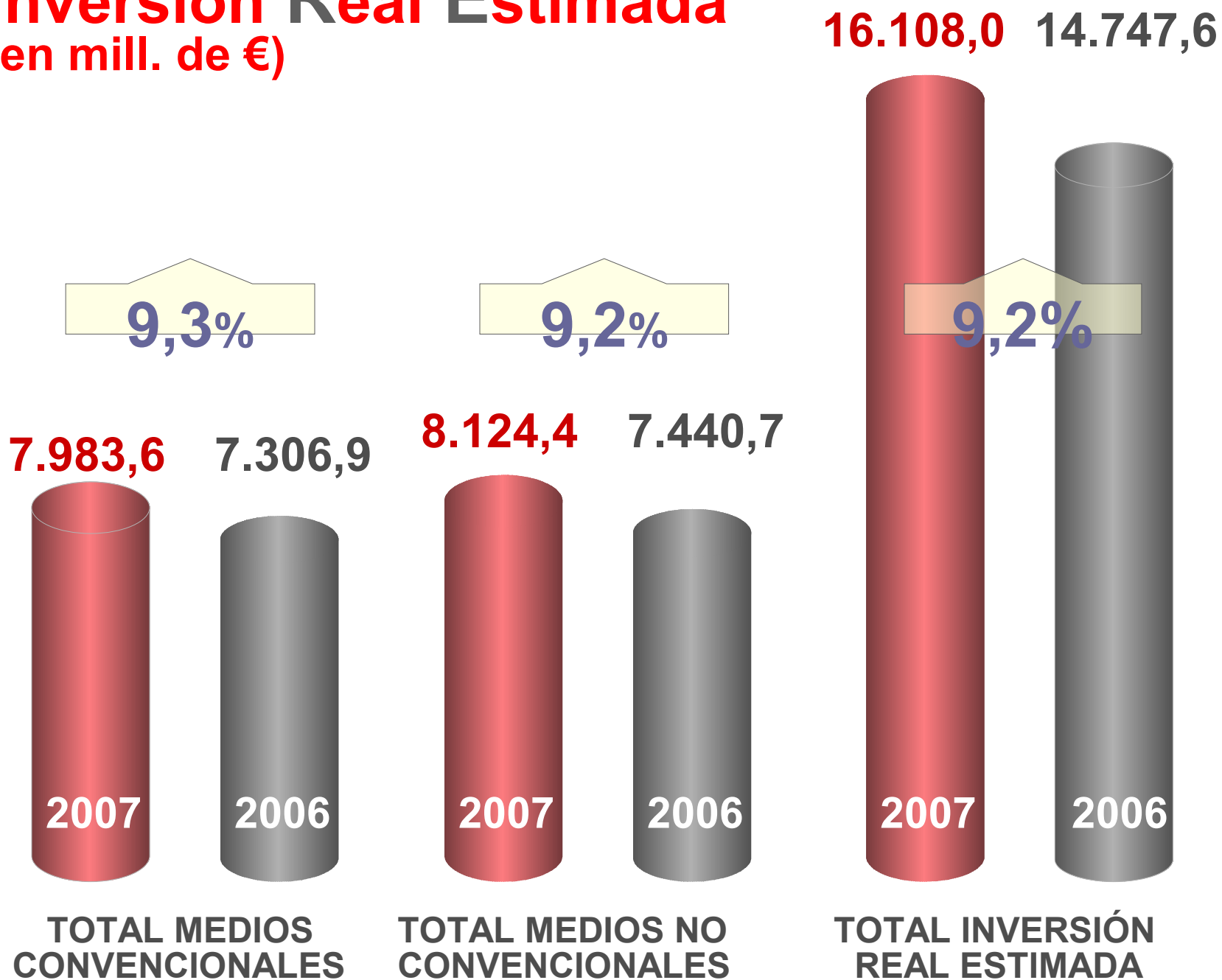
% Incr. 9,2 %

2007 16.108,0

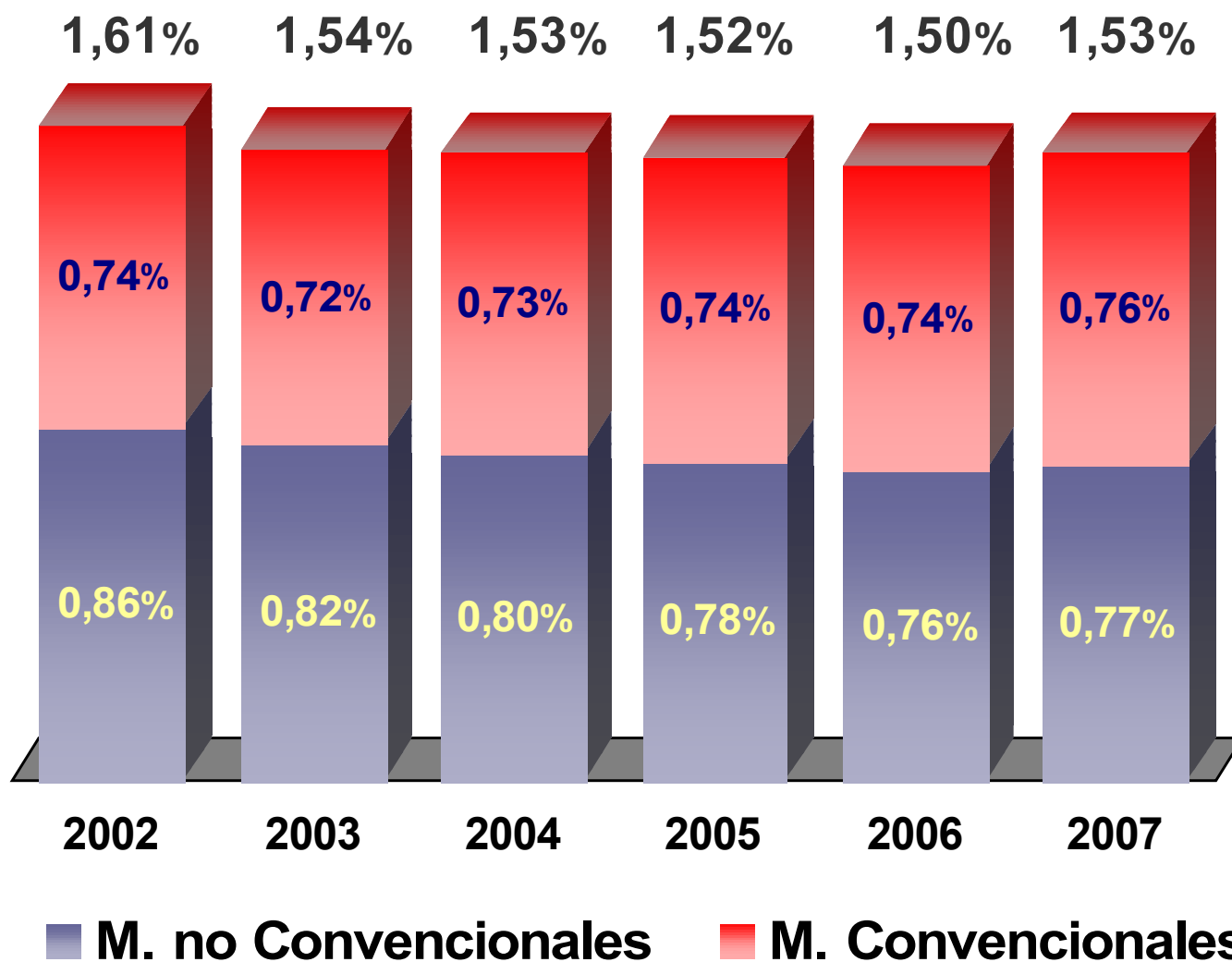
Medios Convencionales y No Convencionales

Inversión Real Estimada

(en mill. de €)



% Inversión Publicitaria sobre el PIB



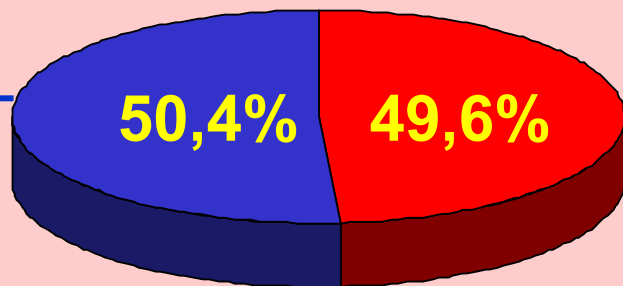
Inversión Real Estimada

(en mill. de €)

Distribución según Tipo de Medios
2007

MEDIOS

NO CONVENCIONALES **8.124,4**



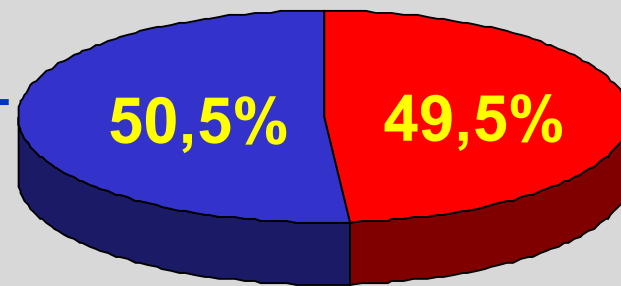
7.983,6

MEDIOS CONVENCIONALES

Distribución según Tipo de Medios
2006

MEDIOS

NO CONVENCIONALES **7.440,7**



7.306,9

MEDIOS CONVENCIONALES

Inversión Real Estimada

Medios Convencionales 2007

MEDIOS	2007	% incr.	2006
diarios	1.894,4	5,8	1.790,5
dominicales	133,5	8,4	123,2
revistas	721,8	4,9	688,1
radio	678,1	6,5	636,7
cine	38,4	-5,3	40,6
tv's. nac. y aut.	3.356,0	8,4	3.096,5
canales temat.	60,1	35,0	44,5
tv's. locales	50,9	7,5	47,3
exterior	568,0	7,4	529,1
Internet (*)	482,4	55,4	310,4
TOTAL	7.983,6	9,3	7.306,9

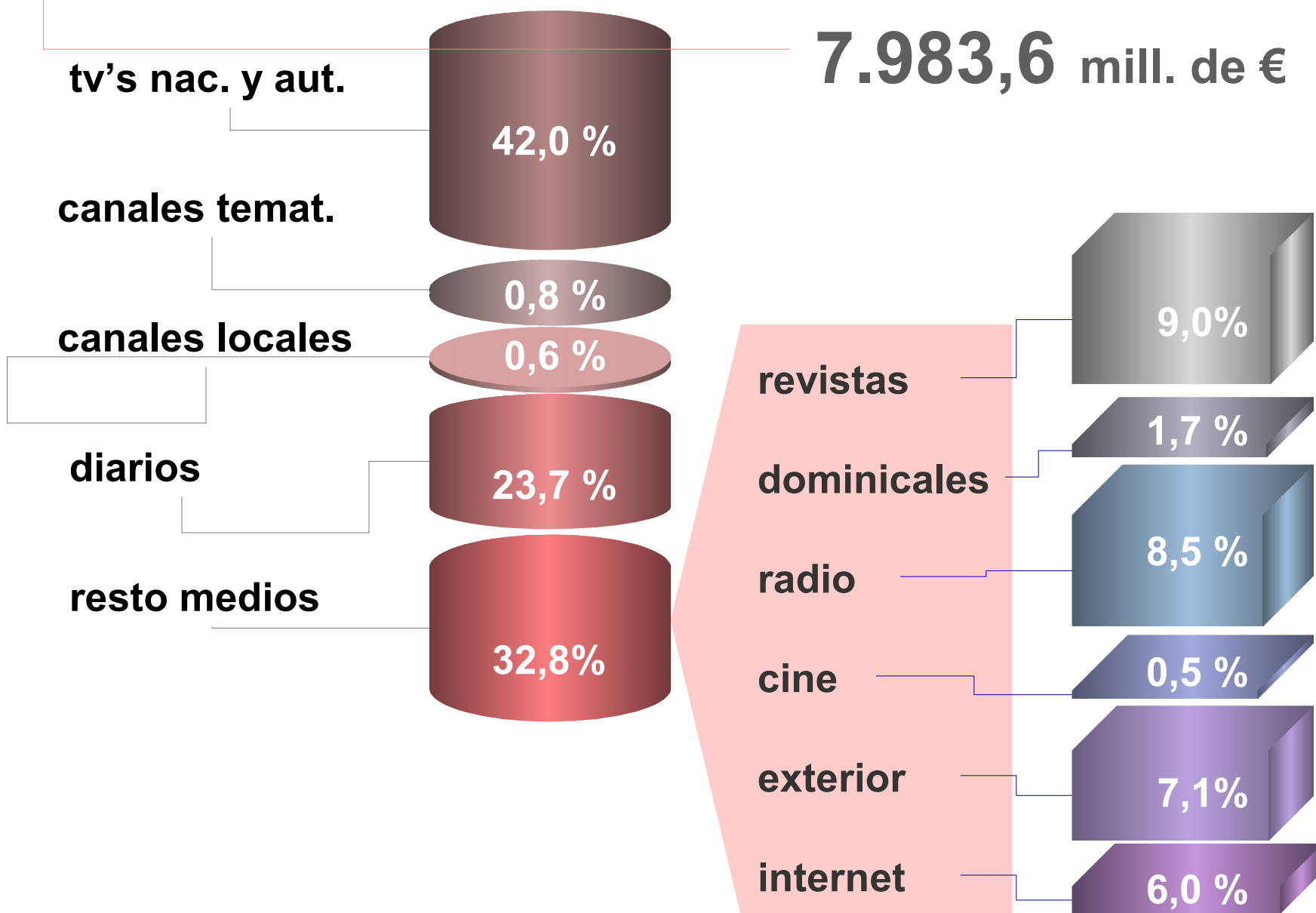
Inversión en millones de €

Inversión en millones de €

(*) formatos gráficos+enlaces patrocinados

Inversión Real Estimada
















% Según Medios Convencionales en 2007



Inversión Real Estimada

Evolución Medios Convencionales 2003/2007

Si agrupamos los medios convencionales en tres grupos (TV, Prensa y Resto Medios) la evolución de su participación en los últimos ejercicios ha sido:

	<u>2007</u>	<u>2006</u>	<u>2005</u>	<u>2004</u>	<u>2003</u>
Total TV	43,4%	43,6%	43,9%	43,2%	41,4%
					
Total Prensa	34,4%	35,6%	36,6%	38,2%	39,3%
					
Resto Medios	22,1%	20,8%	19,5%	18,6%	19,3%
					

Inversión Real Estimada

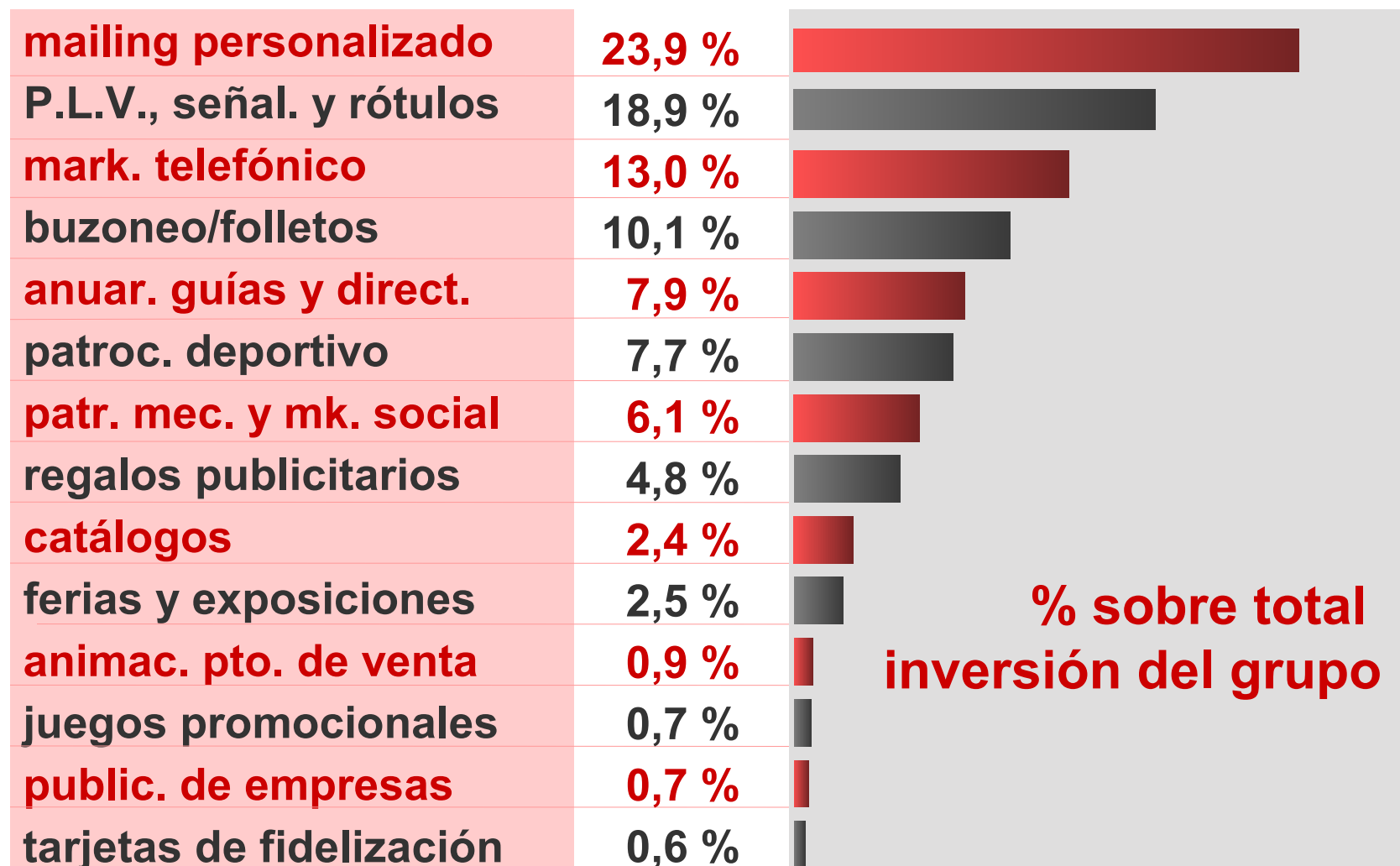
Medios No Convencionales 2007

MEDIOS	2007	% incr.	2006
mailing personalizado	1.939,5	4,0	1.864,9
buzoneo/folletos	823,6	8,8	757,0
marketing telefónico	1.058,6	9,4	967,7
regalos publicitarios	388,0	3,8	373,8
P.L.V, señal. y rótulos	1.538,0	20,6	1.275,3
ferias y exposiciones	200,7	14,9	174,7
patr. mecen. y mk. social	495,1	12,8	438,9
patrocinio deportivo	623,4	11,2	560,6
publicac. de empresas	53,3	-11,5	60,3
anuar. guías y directorios	638,6	5,7	604,2
catálogos	193,7	-7,3	209,0
juegos promocionales	55,9	15,1	48,6
tarjetas de fidelización	45,9	14,9	40,0
animación pto. de venta	69,9	6,2	65,8
TOTAL	8.124,4	9,2	7.440,7

Inversión en millones de €

Inversión Real Estimada

Medios No Convencionales 2007



Inv. Publicitaria 2007

8.124,4 mill. de €

3

Ranquin **G**rupos y **A**nunciantes y **E**stacionalidad

Ranquin de Grupos y Anunciantes 2007 (mill. de €)

	<u>2.007</u>	<u>2006</u>	<u>% incr.</u>
1 GRUPO EL CORTE INGLÉS	203,1	166,8	21,8
2 GRUPO TELEFÓNICA	174,5	167,3	4,3
3 GRUPO VOLKSWAGEN	161,4	142,5	13,3
4 PROCTER & GAMBLE ESPAÑA, S.A.	149,9	104,0	44,2
5 L' OREAL ESPAÑA, S.A.	115,2	116,5	-1,2
6 GRUPO PSA	93,8	88,0	6,6
7 GRUPO DANONE	86,9	85,8	1,3
8 GRUPO FRANCE TELECOM	84,1	78,9	6,5
9 FORD MOTOR COMPANY	80,7	84,8	-4,8
10 GRUPO EDITORIAL PLANETA	80,3	81,6	-1,6
Total 10 primeros Grupos y Anunciantes	1.229,8	1.116,2	10,2

Ranquin de Grupos y Anunciantes 2007 (mill. de €)

- De los **10** primeros grupos y anunciantes, hay **7** que incrementan su inversión respecto al año anterior y **3** que la disminuyen.
- El primer grupo anunciante en 2007 es el Grupo Corte Inglés, con una inversión total de **203,1** millones de euros, que supone el **2,7%** del total de la inversión publicitaria controlada de España.
- En su conjunto, los **10** primeros grupos y anunciantes suponen el **16,3%** de la inversión total controlada.

Ranquin Anunciantes 2007 (mill. de €)

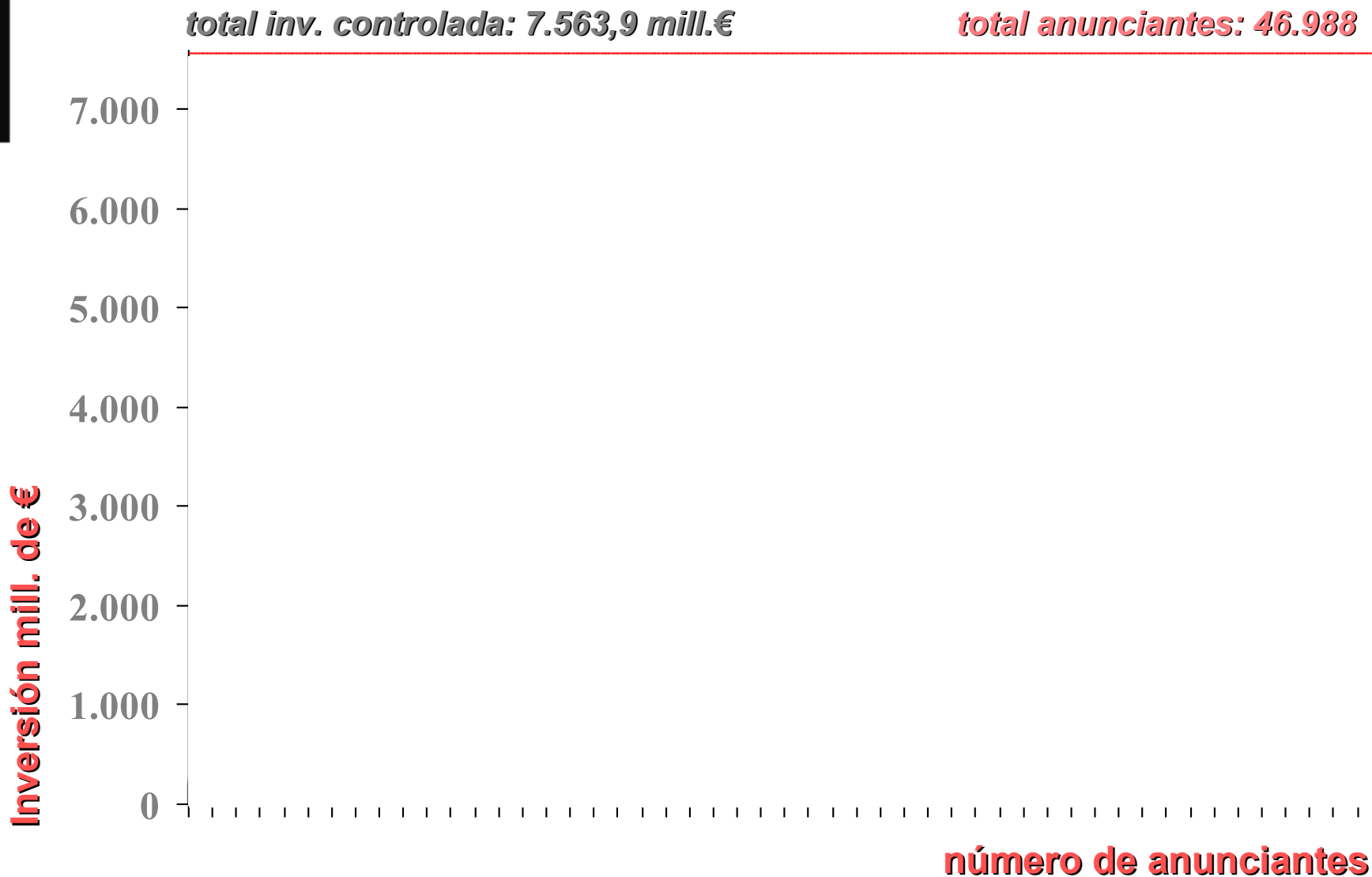
		<u>2.007</u>	<u>2006</u>	<u>% incr.</u>
1	TELEFÓNICA, S.A.	173,0	166,2	4,1
2	PROCTER & GAMBLE ESPAÑA, S.A.	149,7	103,7	44,3
3	L'OREAL ESPAÑA, S.A.	115,2	116,5	-1,2
4	EL CORTE INGLÉS, S.A.	110,6	94,4	17,1
5	VOLKSWAGEN-AUDI ESPAÑA, S.A.	99,3	86,4	15,0
6	VODAFONE ESPAÑA, S.A.	80,1	68,9	16,3
7	RENAULT ESPAÑA COMERCIAL, S.A.	75,9	78,6	-3,5
8	ING DIRECT N.V.SUCURSAL EN ESPAÑA	73,0	58,1	25,6
9	FRANCE TELECOM ESPAÑA,S.A.	71,1	37,0	91,9
10	DANONE, S.A.	70,6	68,9	2,5
11	GENERAL MOTORS ESPAÑA, S.L.	62,1	53,2	16,7
12	DAIMLER CHRYSLER ESPAÑA,S.A.	59,7	51,0	17,0
13	CIA.SERV.BEB.REFRESC.SL(COCA COLA)	58,2	47,7	21,9
14	ORGANIZACION NACIONAL CIEGOS ESPAÑ.	57,4	57,7	-0,5
15	FORD ESPAÑA, S.A.	57,0	64,0	-10,9
16	AUTOMOVILES CITROEN ESPAÑA, S.A.	49,7	45,8	8,5
17	VIAJES EL CORTE INGLÉS, S.A.	47,6	34,3	38,8
18	CAIXA D'ESTALVIS Y PENSIONS BARCELO	47,0	33,2	41,4
19	VIAJES MARSANS, S.A.	44,8	44,5	0,7
20	PEUGEOT ESPAÑA, S.A.	44,1	42,2	4,5
Total 20 primeros anunciantes		1.546,1	1.352,4	14,3

Ranquin Anunciantes 2007 (mill. de €)

- De los **20** primeros anunciantes, **16** incrementan su inversión respecto al año anterior y **4** la disminuyen
- Los mayores incrementos los presentan: France Telecom (**94,2%**), Procter & Gamble (**45,4%**) la Caixa d'Estalvis y Pensions (**40,6%**) y Viajes El Corte Inglés (**38,6%**)
- Los **20** primeros anunciantes del año 2006 representaban el **19,2%** de la inversión controlada total, mientras que en 2007 el porcentaje ha pasado a ser del **20,4%**
- Entre los **20** primeros anunciantes hay **7** que son de Automoción y **3** de Telecomunicaciones.

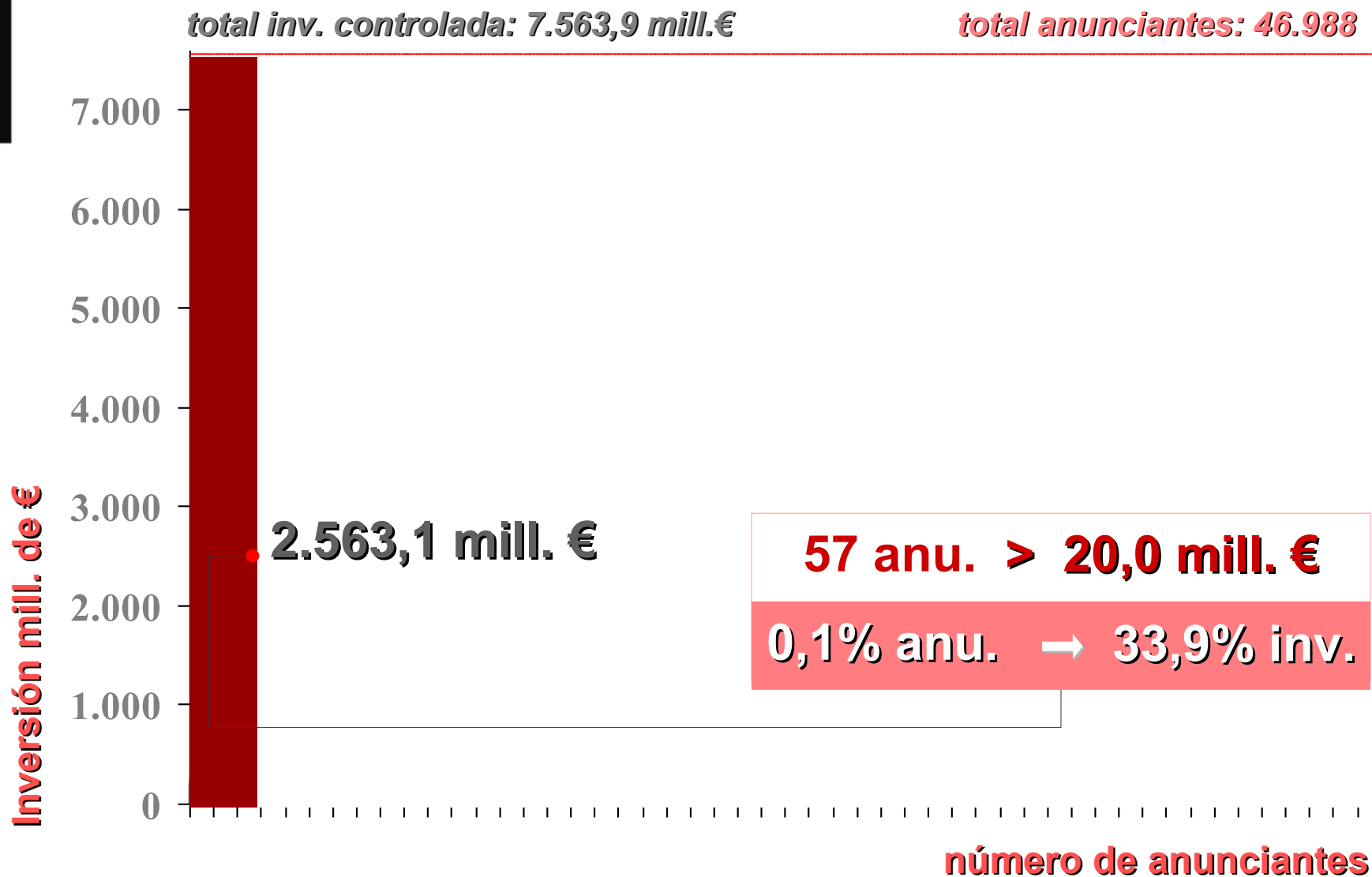
Concentración Inversión 2007

1000 primeros anunciantes: **77,7 %** de la inversión controlada total



Concentración Inversión 2007

1000 primeros anunciantes: **77,7 %** de la inversión controlada total



Concentración Inversión 2007

1000 primeros anunciantes: **77,7 %** de la inversión controlada total

total inv. controlada: 7.563,9 mill.€

total anunciantes: 46.988

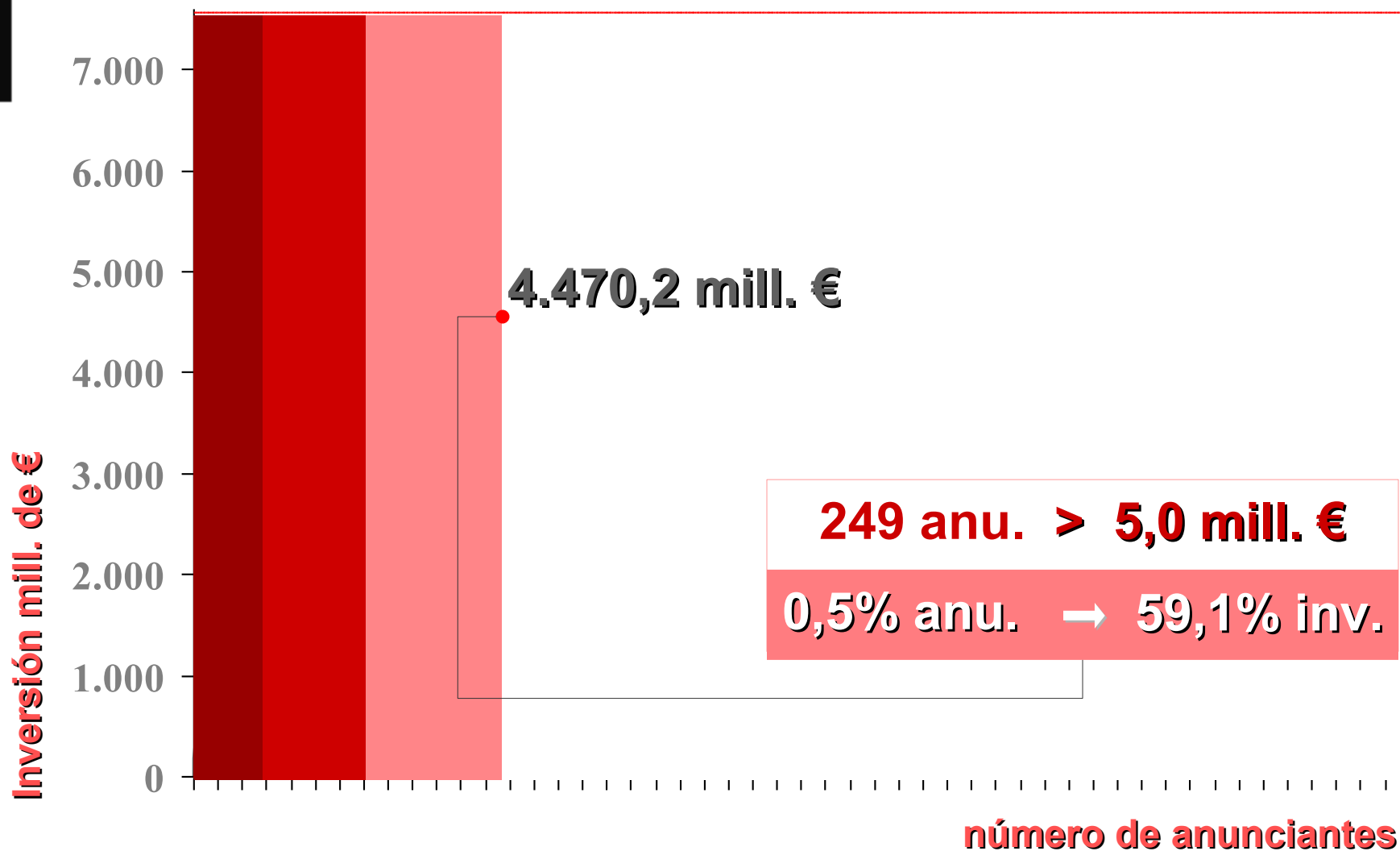


Concentración Inversión 2007

1000 primeros anunciantes: **77,7 %** de la inversión controlada total

total inv. controlada: 7.563,9 mill.€

total anunciantes: 46.988

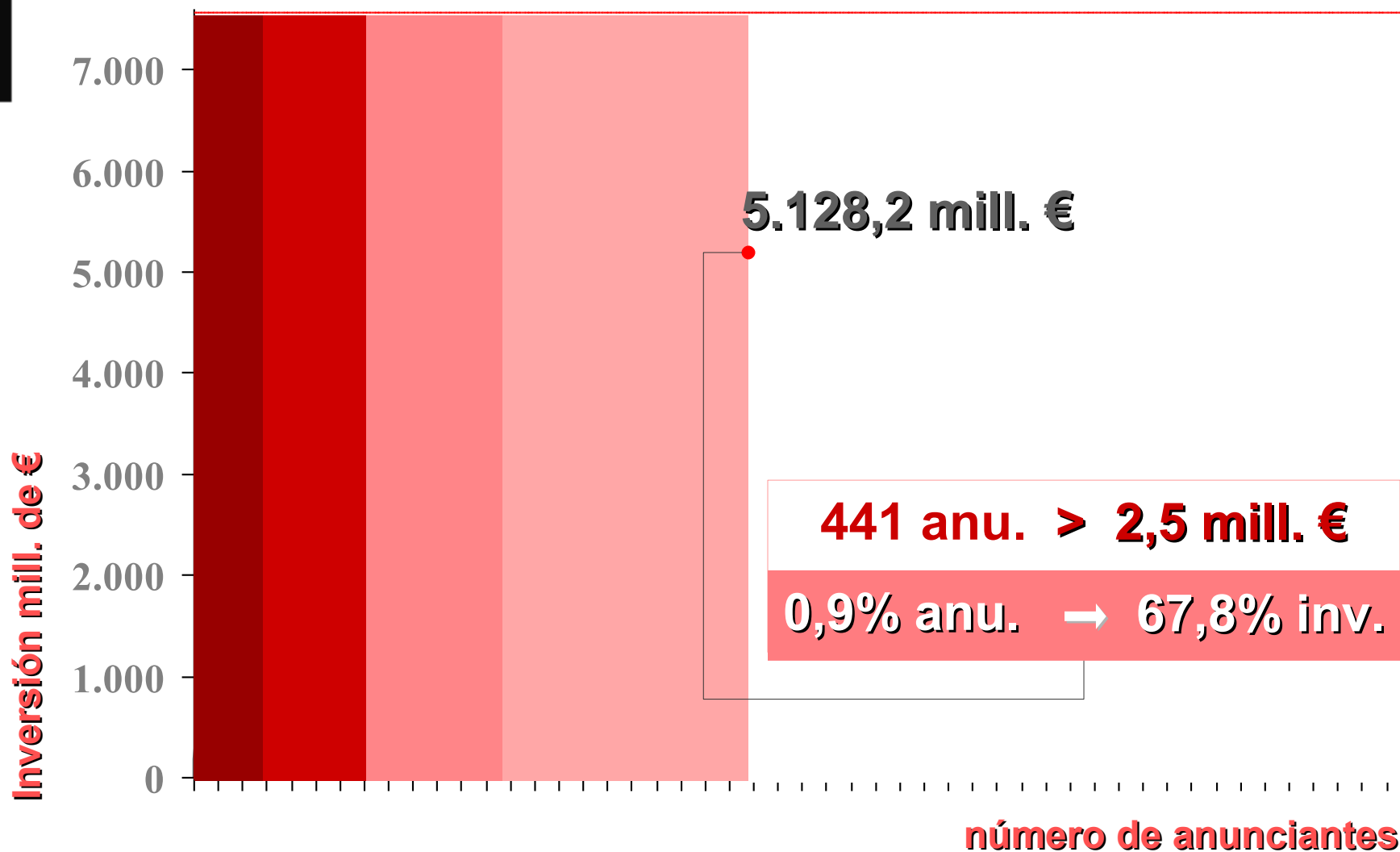


Concentración Inversión 2007

1000 primeros anunciantes: **77,7 %** de la inversión controlada total

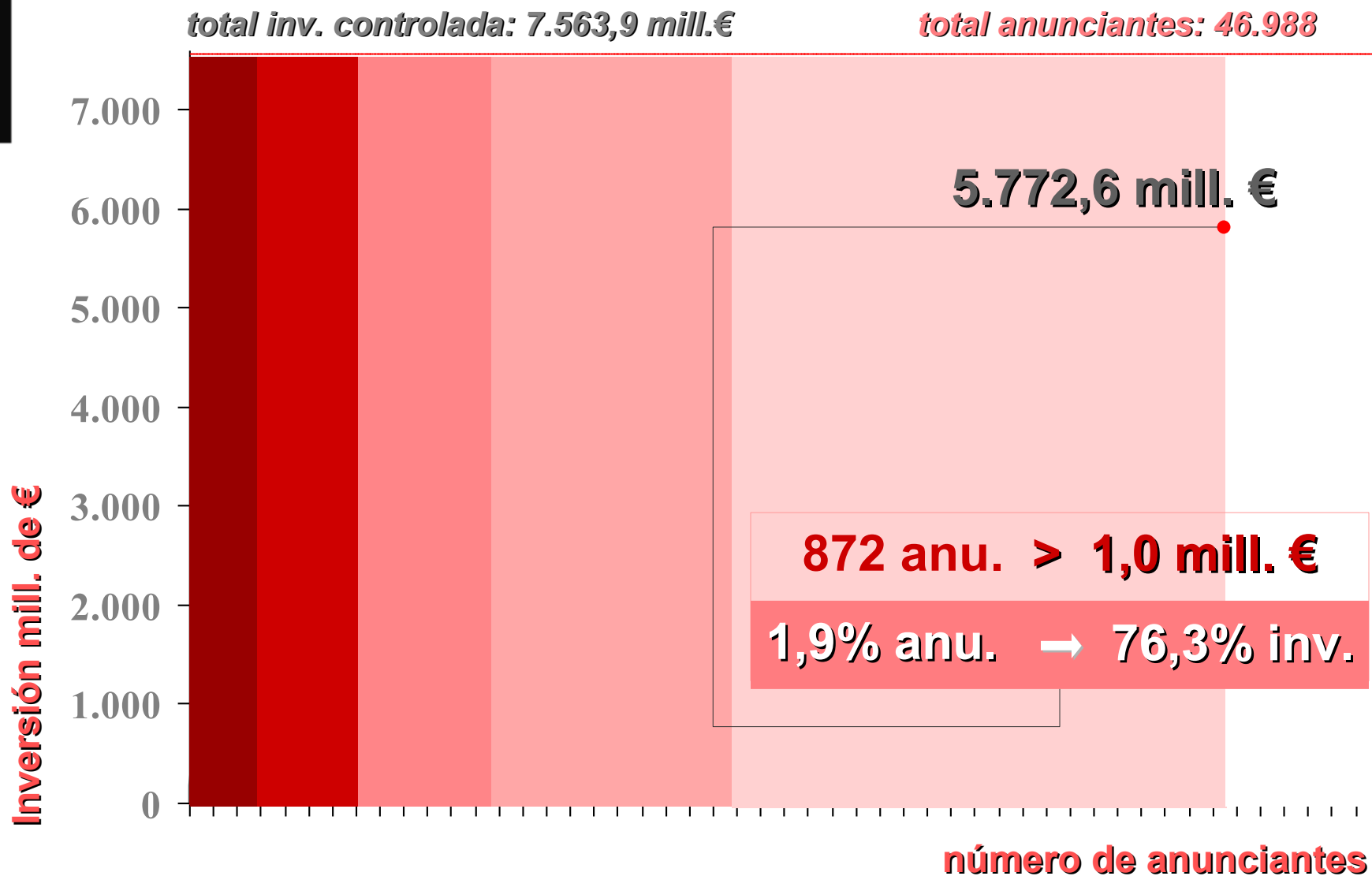
total inv. controlada: 7.563,9 mill.€

total anunciantes: 46.988



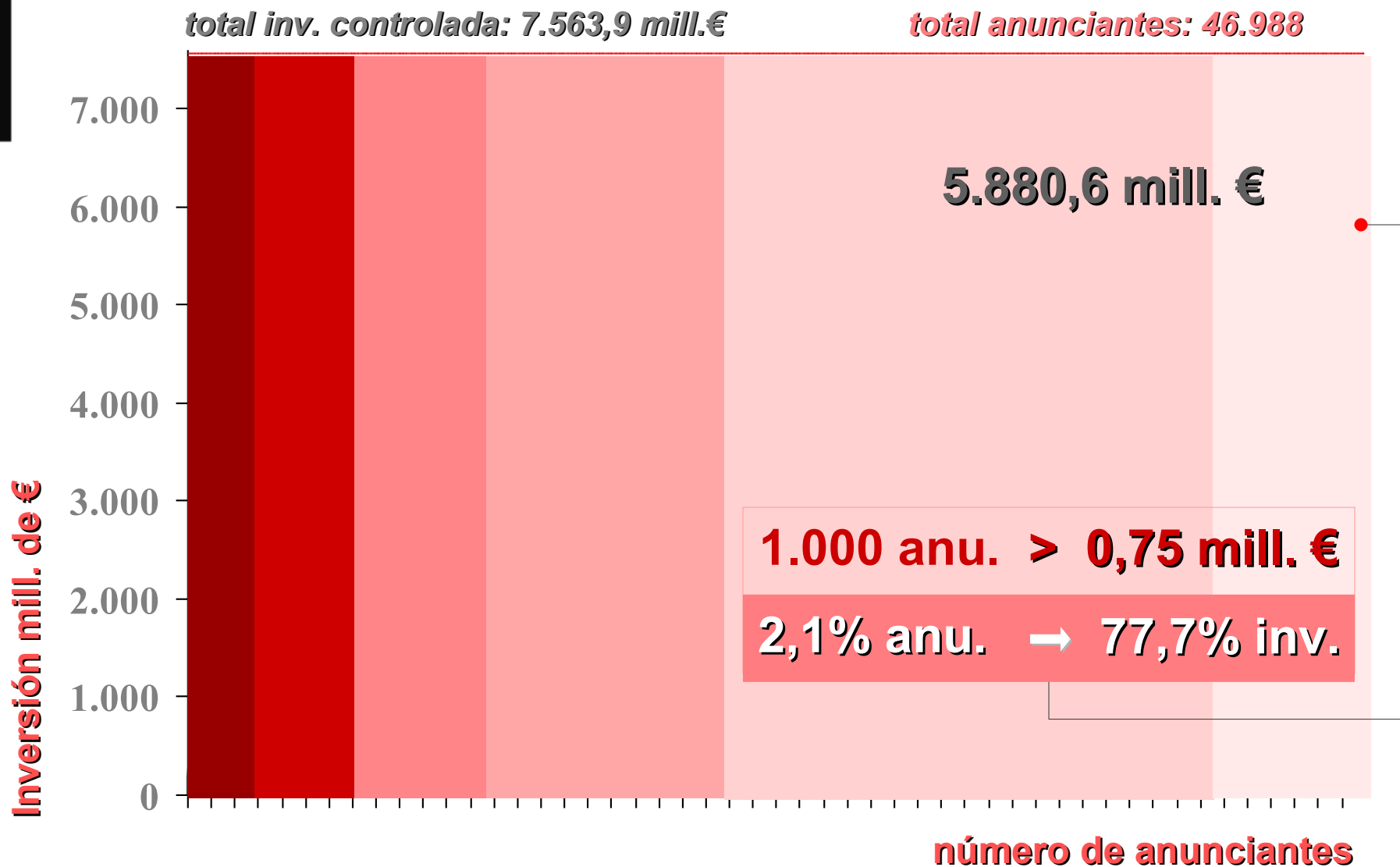
Concentración Inversión 2007

1000 primeros anunciantes: **77,7 %** de la inversión controlada total



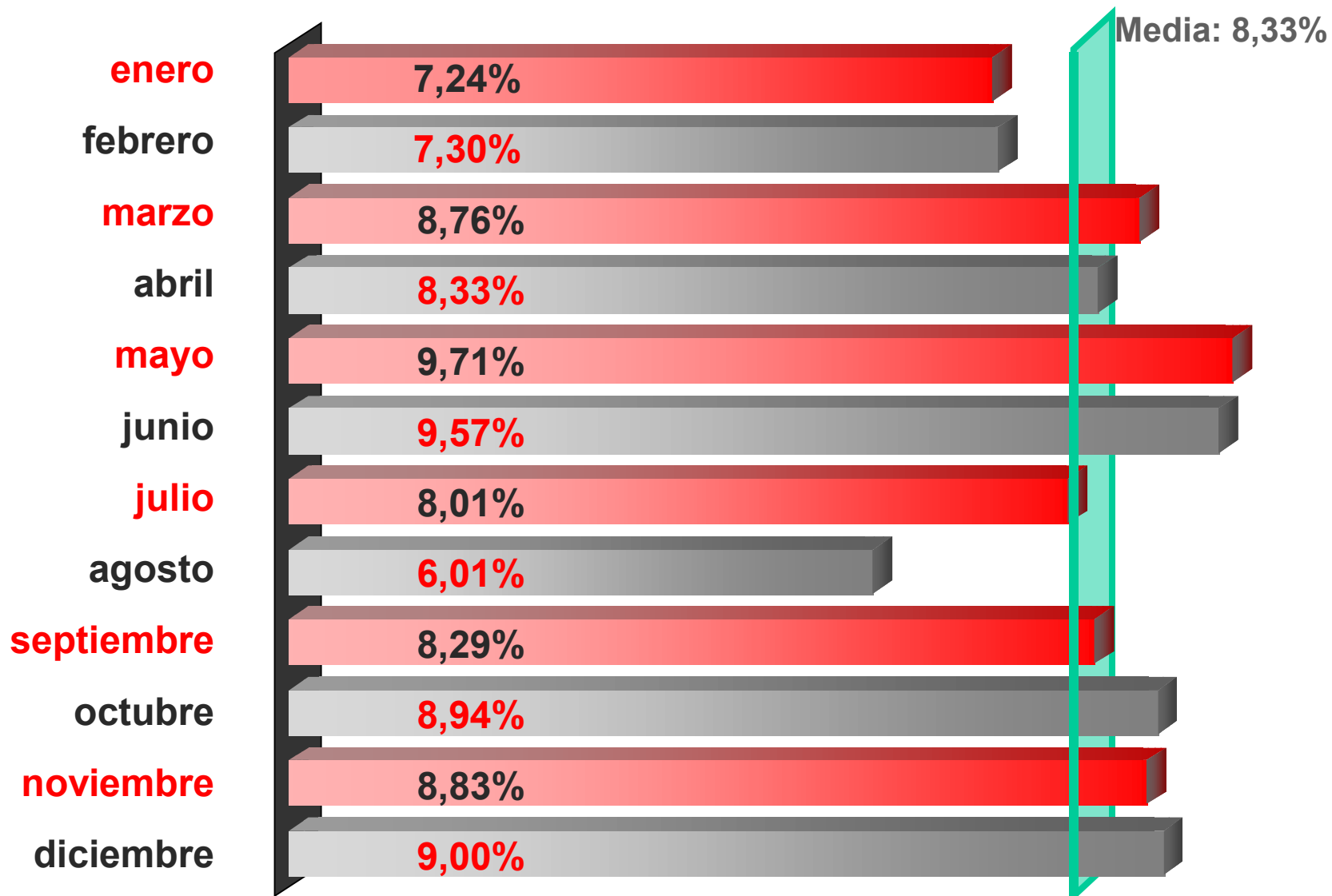
Concentración Inversión 2007

1000 primeros anunciantes: **77,7 %** de la inversión controlada total



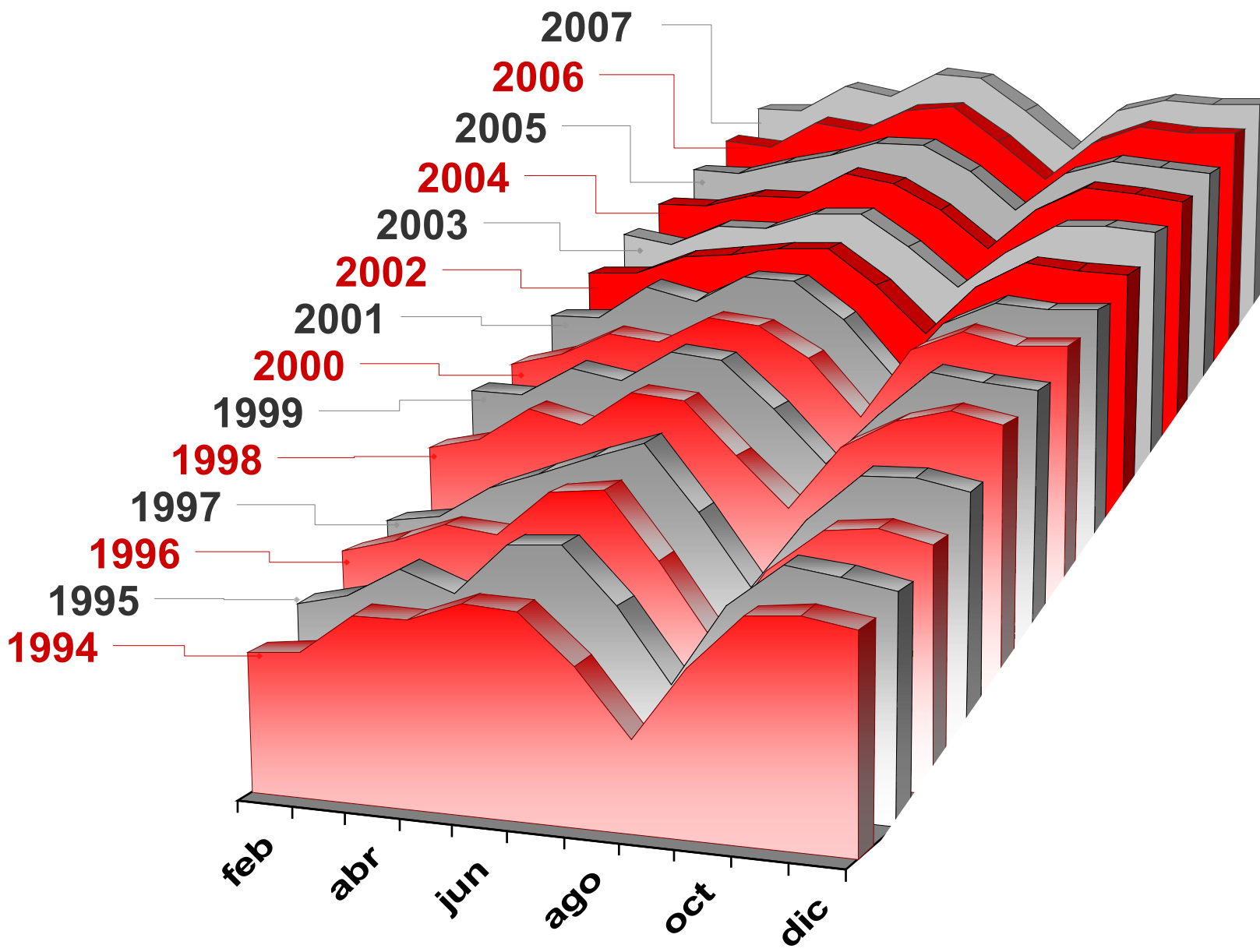
Estacionalidad 2007

Medios Convencionales



Estacionalidad 1994/2007

Medios Convencionales



Televisión 2007 total publicidad (TV Nac. y Auton.)

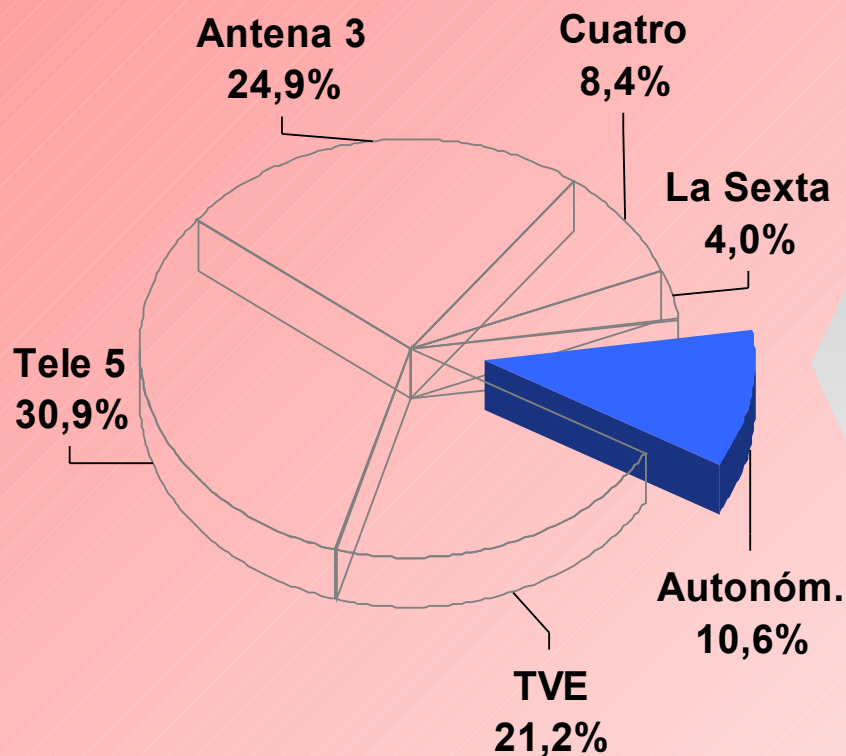
Inv. (mill. de €)	2007	2006	Evol.%
TOTAL	3.356,0	3.096,5	8,4
Total TVE	713,1	692,5	3,0
Tele 5 (*)	1.038,0	953,7	8,8
Antena 3 TV (*)	834,8	837,4	-0,3
Cuatro TV (*)	282,5	186,6	51,4
La Sexta	132,8	48,2	175,5
Total tv. Nacional	3.001,2	2.718,4	10,4
TV. Aut. Canarias	5,7	5,6	1,6
TV 3	131,6	140,9	-6,6
TV. Galicia	25,9	26,0	-0,2
E.T.B.	22,0	25,4	-13,5
TV M.	55,0	64,0	-14,1
Canal Sur	55,0	58,1	-5,3
Canal 9	34,0	39,6	-14,1
TV. CMT	4,8	5,2	-7,4
IB 3	6,8	7,2	-5,9
TPA	1,3	0,4	192,6
TV Aragón (*)	2,9	0,6	367,9
TAM (*)	2,8	0,3	782,5
8 TV	5,8	4,8	20,8
ONDA 6	1,2		
Total tv. Auton.	354,8	378,1	-6,2

(*) Datos estimados por InfoAdex

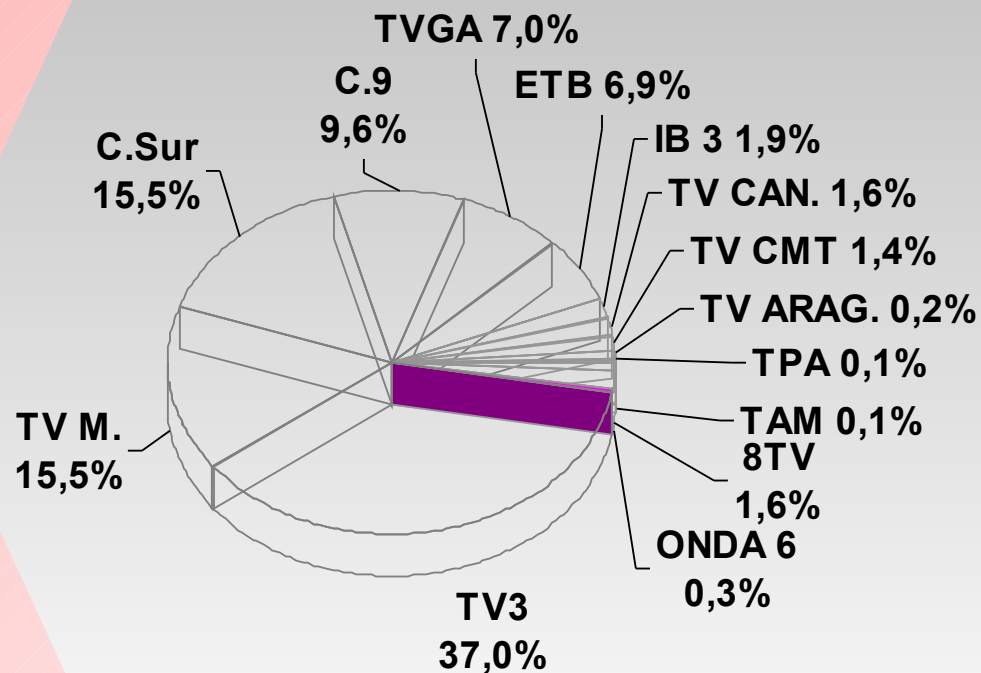
Televisión 2007

Total Publicidad (TV Nacionales y Autonómicas)

TOTAL

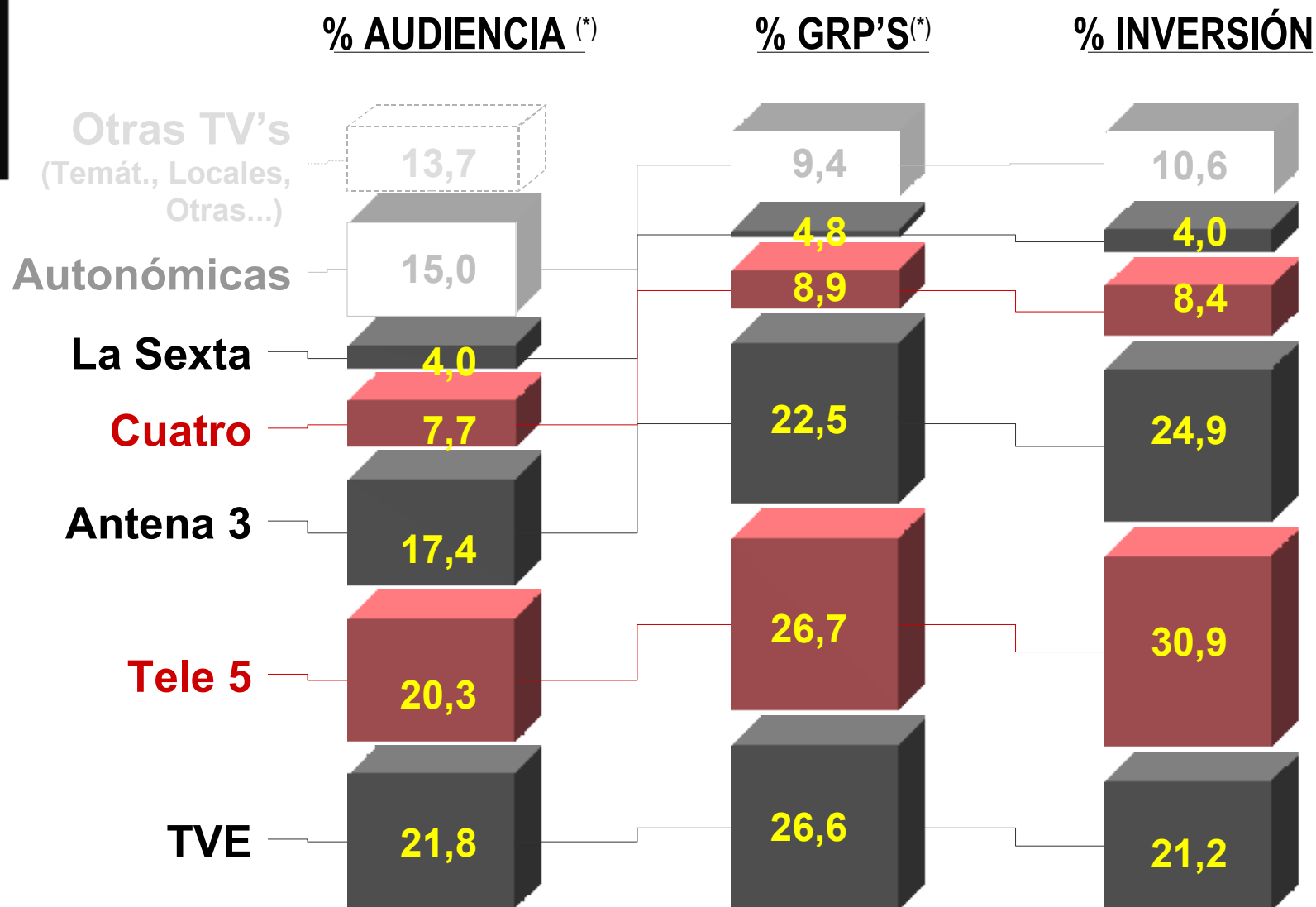


AUTONÓMICAS



Televisión 2007

Total Publicidad TV. Participación según Cadenas



(*) Fuente TNS A.M. (Audiencia total ind. 4+ España)

muchas gracias

**LA INVERSIÓN
PUBLICITARIA en ESPAÑA** 2008

Madrid, 4 de marzo 2008