



## En el 1er. Trimestre de 2009 la publicidad de automóviles se desploma, reducción de la inversión un 37,9%

Según el ISP de Automóviles del 1er. Trimestre de 2009 que realiza Arce Media, el sector de Automóviles de turismo y Todo terreno, en el primer trimestre de 2008 invirtió en publicidad 203 millones de euros frente a los 126 millones que se han invertido en el primer trimestre de este año, un descenso del 37,9%.

Seat ha sido líder en inversión durante este primer trimestre de 2009 con 12,5 millones de euros, Volkswagen ocupa el segundo lugar con una inversión de 9,5 millones seguida de Citroen, Opel, y Toyota.

Seat, Mitsubishi, Alfa Romeo, Mini y Tata han incrementado su inversión durante este primer trimestre respecto al primer trimestre de 2008. Renault ha reducido su inversión este trimestre un 70,7%, ha pasado de 17,3 millones en 2008 a 5,1 millones en 2009, creemos que esto no va a marcar una tendencia sino que con bastante probabilidad los próximos trimestres vuelva a liderar el ranking de inversión publicitaria de este sector.

Los dos modelos con mayor inversión han sido también de la marca Seat, el Ibiza y Exeo con 4,6 millones y 3,7 millones de euros respectivamente, a estos modelos le siguen en el ranking Toyota Avensis, Audi A4 y Opel Insignia. En este trimestre 32 modelos han superado el millón de euros de inversión publicitaria. La inversión de estos 32 modelos supone el 55% de la inversión del sector.

Este descenso tan importante de la inversión publicitaria ha producido algunos cambios en la estrategia de medios que han dado como resultado el crecimiento de la inversión en el medio Exterior, en Radio e Internet. Esto ha supuesto que la cuota de Televisión de este trimestre haya pasado al 47,6%, del 51,4% que tenía en el mismo trimestre de 2008, la cuota de Prensa pasa del 32,6% al 29,5% y Exterior sube su cuota del 3,9% del año pasado al 8,5% en 2009.

### Comparación de la inversión por medios. 1er trim.2008- 1er trim.2009

Medio	1º TRIM. 2008		1º TRIM. 2009		Incr. 2008- 2009
	Inversión Publicitaria	Share of Voice	Inversión Publicitaria	Share of Voice	
<b>Total</b>	<b>203.240</b>		<b>126.286</b>		<b>-37,9%</b>

Television	104.399	51,4%	60.097	47,6%	-42,4%
Radio	5.291	2,6%	5.741	4,5%	8,5%
Prensa	66.223	32,6%	37.207	29,5%	-43,8%
Revistas	11.470	5,6%	6.697	5,3%	-41,6%
Suplementos	2.167	1,1%	826	0,7%	-61,9%
Exterior	7.915	3,9%	10.792	8,5%	36,3%
Cine	975	0,5%	108	0,1%	-88,9%
Internet	4.800	2,4%	4.819	3,8%	0,4%





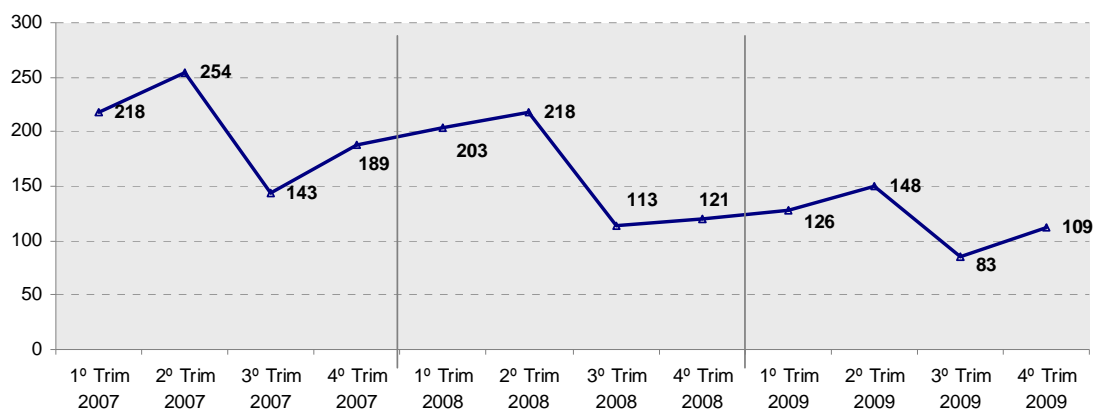
Arce Media estima para este año una inversión publicitaria de este sector de 474 millones de euros, lo que supone un descenso del 28,9% respecto a 2008 y un 42% respecto a 2007, año en el que se invirtieron en publicidad 804 millones.

Si tiene éxito la iniciativa del gobierno de subvencionar con 2000 euros la compra de automóviles, es posible que incremente la inversión en publicidad en este sector respecto a nuestras previsiones. Si los fabricantes de automóviles observan una reactivación del mercado van a intentar posicionar sus modelos y una de las acciones que tomarán será incrementar su presencia en los medios de comunicación.

### Estimación de la Inversión Publicitaria del sector de Automóviles de Turismo y Todo Terreno en el año 2009

**Evolución de la Inversión Publicitaria por trimestres de 2007 a 2009**

(Los 3 últimos trimestres de 2009 se han estimado)



fuelle: Arce Media