

Estudi 2010 de la inversió publicitària a Catalunya



Associació Empresarial de Publicitat
Gremi des de 1926



MEDIA **HOT**LINE



Amb el suport de :



Barcelona, 10 de Març 2011



- 1 Metodologia de treball
- 2 Inversió publicitària anunciants amb seu a Catalunya
- 3 Inversió publicitària dels mitjans catalans
- 4 Inversió publicitària que arriba a Catalunya
- 5 Inversió publicitària de l'administració pública catalana



- **Base de dades primària per a la realització de l'anàlisi**
 - Font de dades i tractament de dades Arce Media
- **Paràmetres per a l'estimació de la inversió publicitària real**
 - Ponderacions trimestrals
 - Ponderacions per mitjà i sector d'inversió publicitària
 - Ponderacions anuals per suport publicitari
- **Fonts de contrast de la informació**
 - Observatori de la ràdio a Catalunya
 - Observatori de la AEDE
 - Estudi de la premsa comarcal i local a Catalunya de l'ACPC
 - Comptes de resultats dels diferents mitjans catalans
- **Direcció i presentació de l'estudi**
 - Media Hotline



Oferta de mitjans a Catalunya .

- Més de 40 canals de televisió entre televisió autonòmica pública i privada, televisions locals d'interés publicitari i desconexions regionals de televisions estatals
- Més de 180 diaris entre pagament, gratuïts, informació general, esportius, comarcals de proximitat i edicions de diaris estatals
- Més de 140 revistes, moltes d'elles editades en català, de diferents periodicitats
- Més de 80 cadenes i emissores de ràdio
- A més de publicitat exterior, cinema...



Quatre nivells d'anàlisi

- **Inversió publicitària dels anunciants amb seu a Catalunya**
 - Serveix per a conèixer la inversió publicitària dels nostres anunciants, tant el que inverteixen dintre de Catalunya com fora d'ella
 - Permet dimensionar el mercat pensant en el volum de negoci de les agències de publicitat i les agències de mitjans
- **Inversió publicitària dels mitjans catalans**
 - Serveix per a dimensionar la inversió publicitària que reben els mitjans catalans dels anunciants catalans i de fora de Catalunya
 - Anàlisi que permet interpretar l'estructura de la inversió publicitària dels mitjans de comunicació a Catalunya
- **Inversió publicitària que arriba a Catalunya**
 - És la suma de la inversió publicitària que reben els mitjans catalans, més la part corresponent de la inversió publicitària estatal en funció de l'audiència a Catalunya de cada suport publicitari
 - Serveix per a conèixer el pes específic de la inversió publicitària a Catalunya enfront del conjunt de l'estat i la seva relació amb indicadors macroeconòmics
- **Inversió publicitària de les Administracions públiques**
 - Inversió publicitària realitzada per les distintes administracions públiques amb focus específic a Catalunya
 - En aquest capítol de l'anàlisi li correspon la direcció del mateix a Medio Público

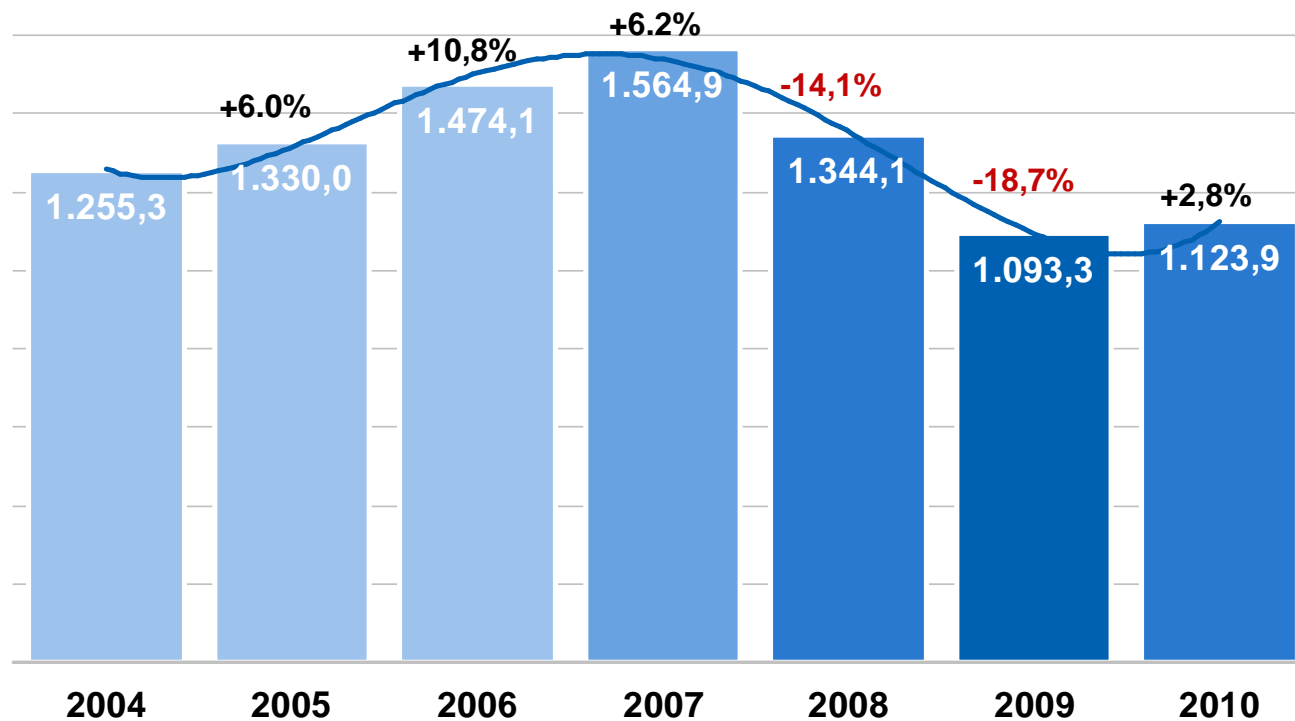


- 1 Metodologia de treball
- 2 Inversió publicitària anunciants amb seu a Catalunya
- 3 Inversió publicitària dels mitjans catalans
- 4 Inversió publicitària que arriba a Catalunya
- 5 Inversió publicitària de l'administració pública catalana



Després de dos anys de caigudes de la inversió publicitària dels anunciants amb seu a Catalunya, l'any 2010 la inversió publicitària torna a créixer lleugerament

Evolució i creixement de la inversió publicitària dels anunciants amb seu a Catalunya



En millions €



Font: Arce Media, elaboració Media Hotline



Inversió publicitària anunciants amb seu a Catalunya



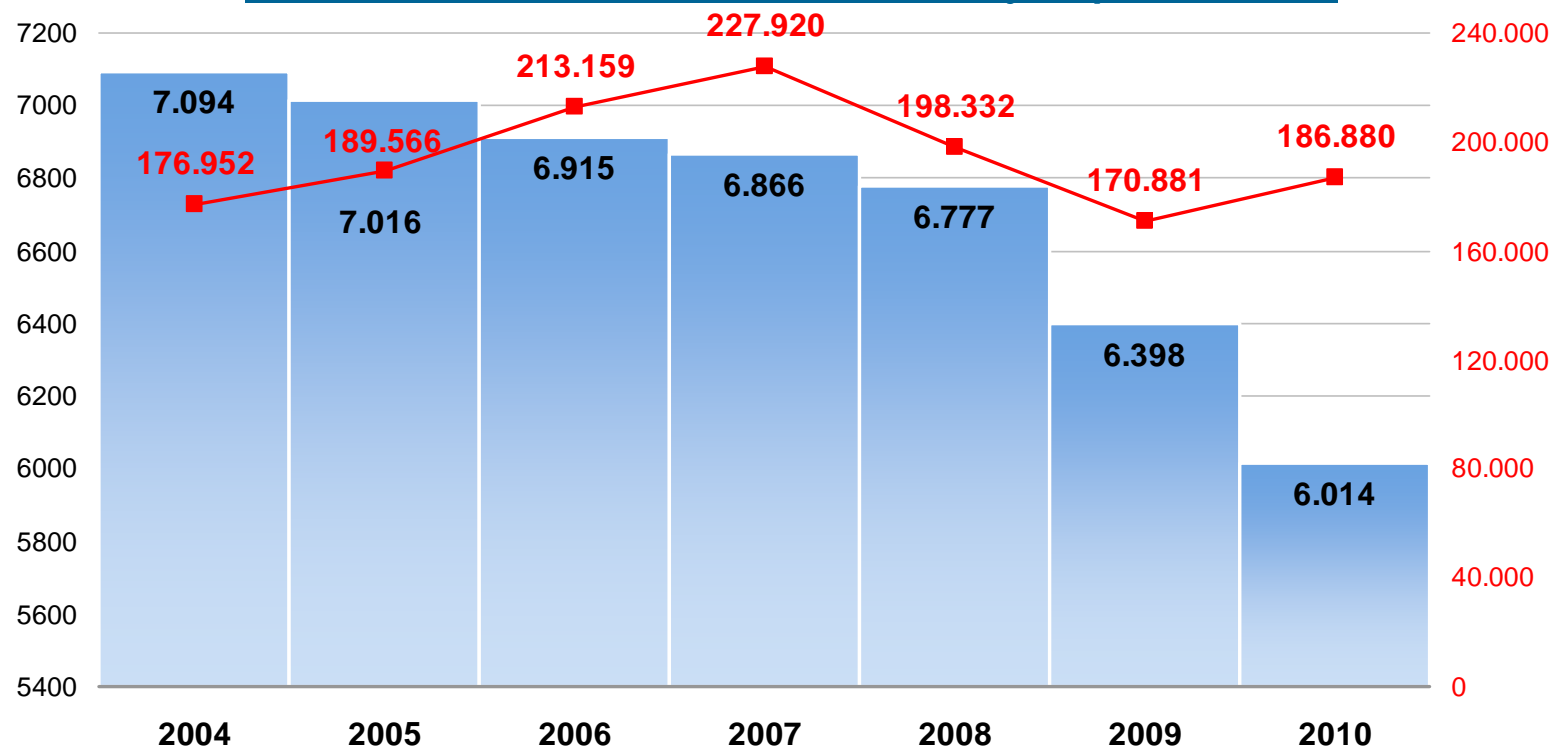
Associació Empresarial de Publicitat
Gremi des de 1926

Fins l'any 2007 el parc del nombre d'anunciants s'havia reduït un 3,2%, però la inversió mitjana per anunciament havia augmentat un 28,8%.

Apartir de l'any 2008 el nombre d'anunciants disminueix un 12,4% i la inversió mitjana es redueix un 18%

L'any 2010 la inversió mitjana per anunciament augmenta pel lleuger augment de la inversió publicitària i la disminució del parc d'anunciants de menor inversió

Evolució del Nº Anunciants i la inversió mitjana per anunciament

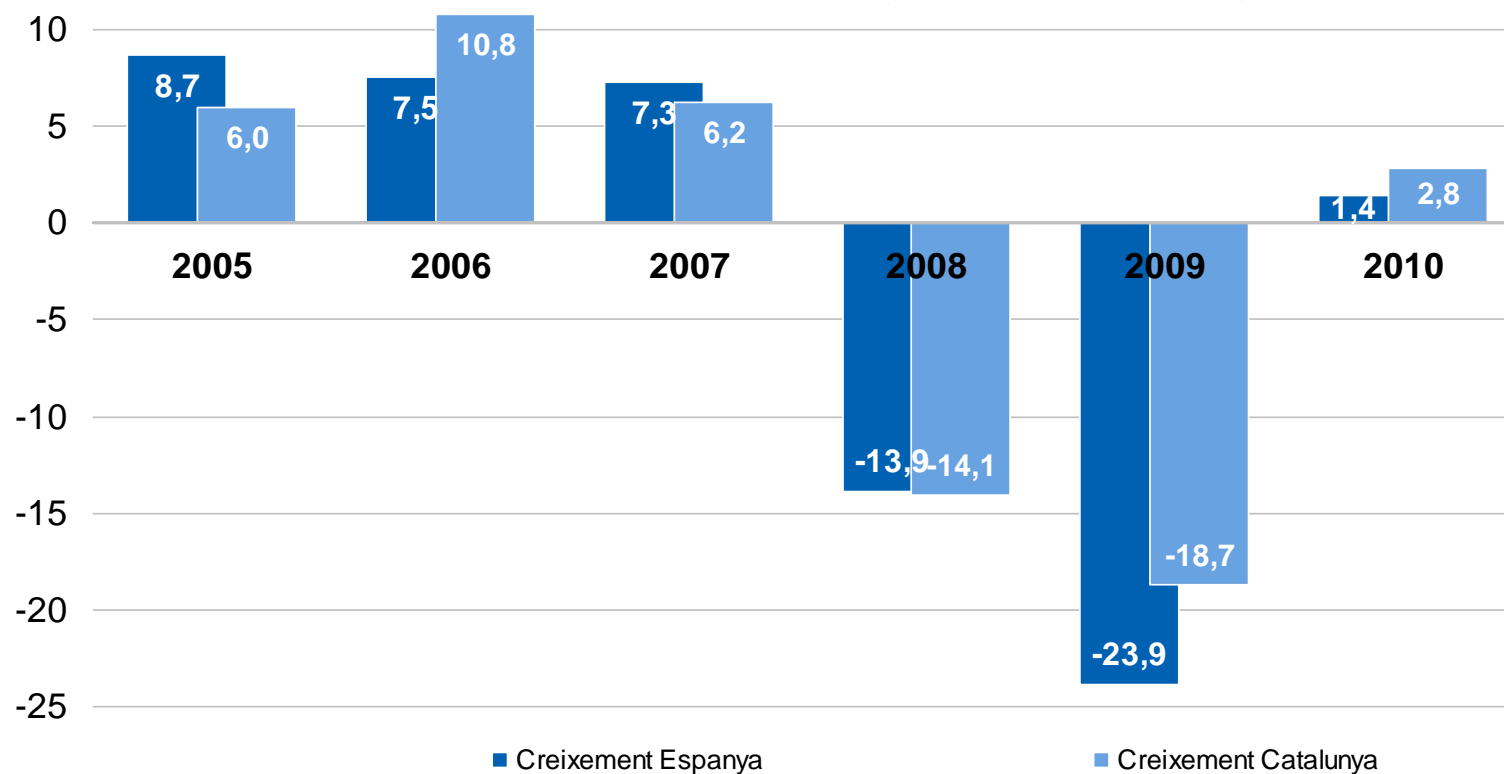


Font: Arce Media, elaboració Media Hotline



la inversió publicitària dels anunciants amb seu a Catalunya augmenta mes que la mitjana nacional

Creixement de la inversió publicitària: Anunciants amb seu a Catalunya enfront Espanya



Font: Arce Media, elaboració Media Hotline

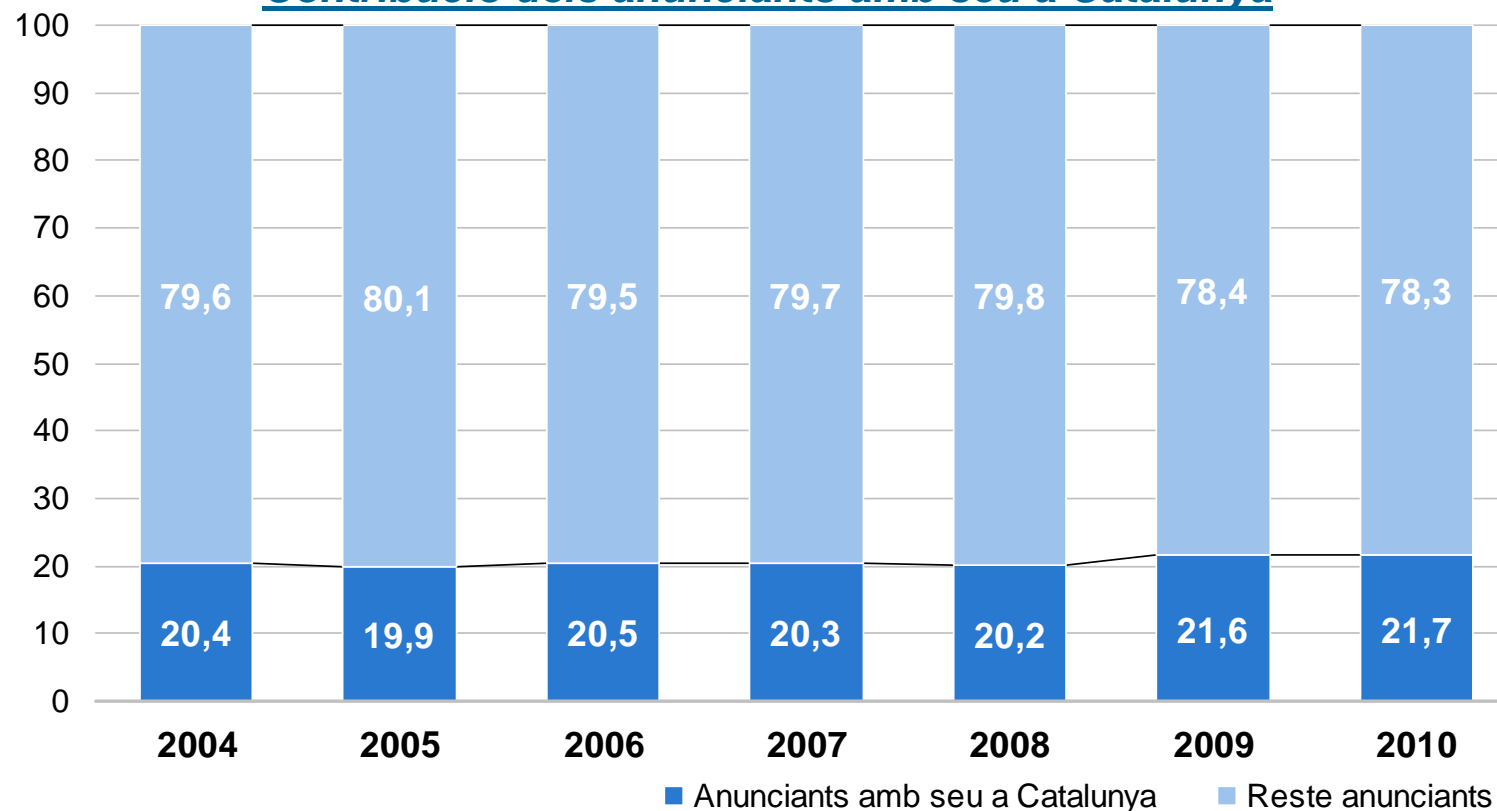
Inversió publicitària anunciants amb seu a Catalunya



Associació Empresarial de Publicitat
Gremi des de 1926

La participació en la inversió publicitària dels anunciants amb seu a Catalunya es situa al voltant del 20%, encara que en els darrers anys ha augmentat 1,5 punts la seva participació

Participació de la inversió publicitària, Contribució dels anunciants amb seu a Catalunya



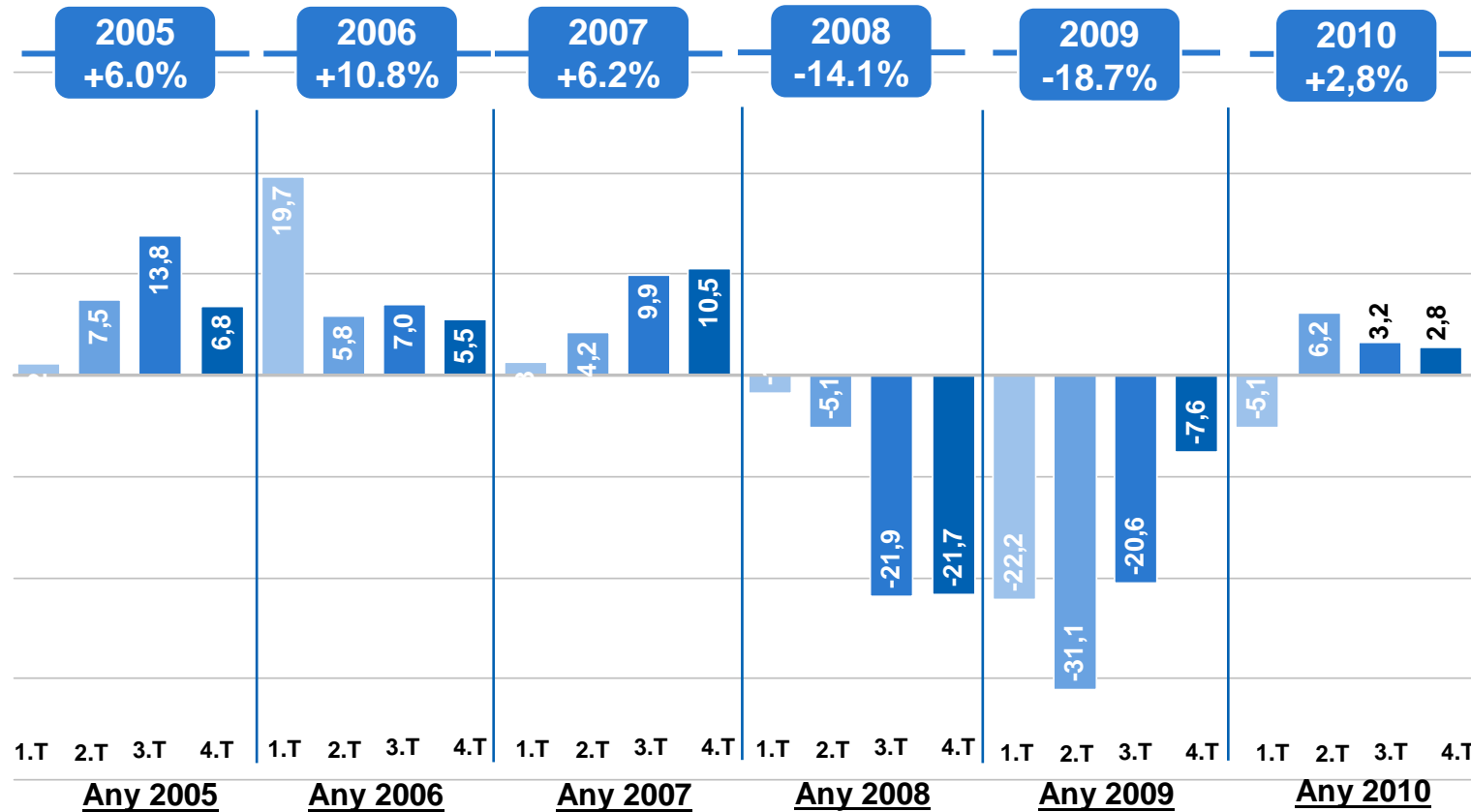
Font: Arce Media, elaboració Media Hotline





La consolidació del creixement de la inversió publicitària de l'any 2010 s'ha realitzat al llarg dels tres últims trimestres,

Creixement de la inversió publicitària per anys i trimestres dels anunciants amb seu a Catalunya



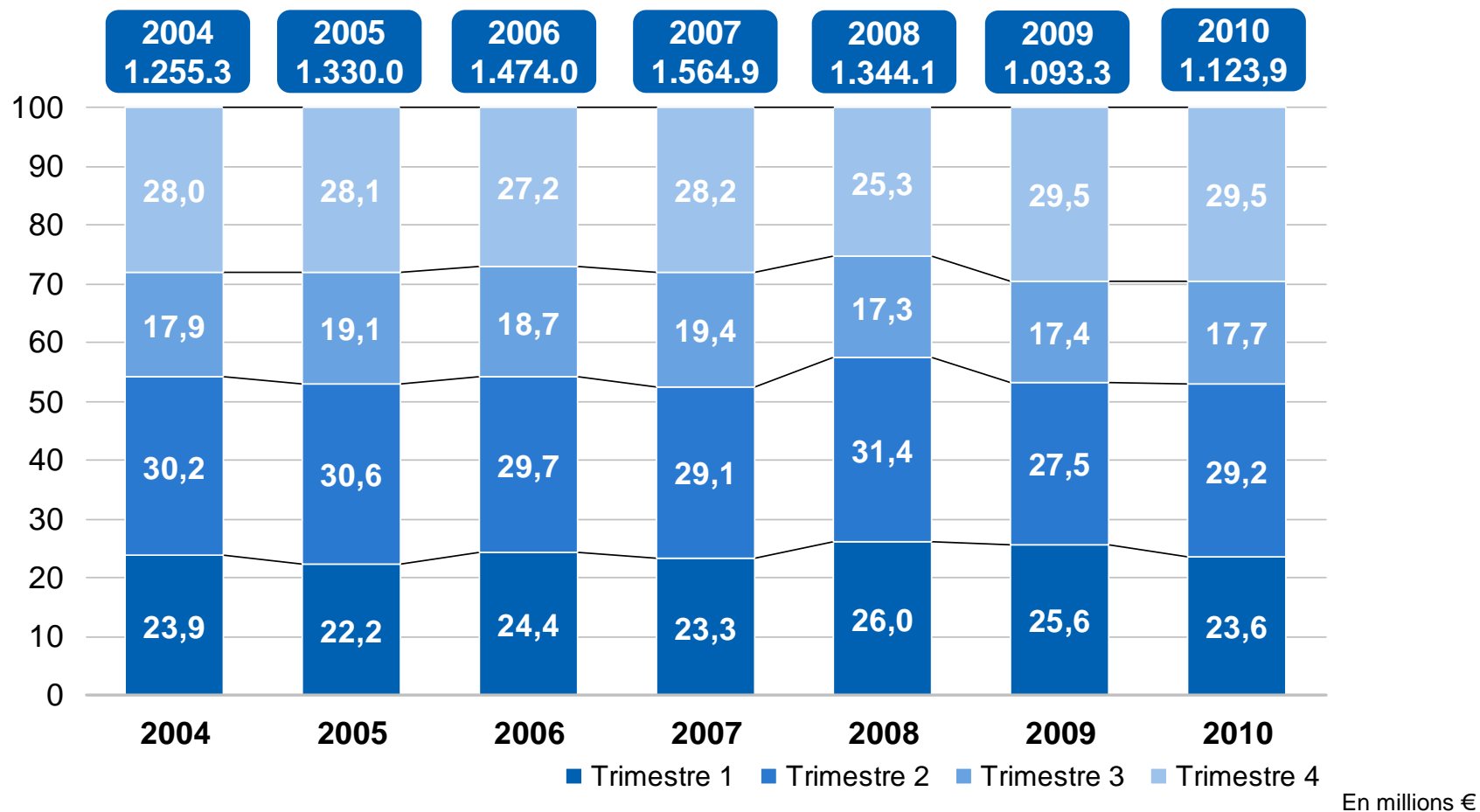
Font: Arce Media, elaboració Media Hotline





El segon i quart trimestre de l'any representen gairebé el 60% de la inversió publicitària

Participació de la inversió publicitària per Trimestres dels anunciants amb seu a Catalunya



Font: Arce Media, elaboració Media Hotline





Internet és el mitjà que guanya més quota

Prensa, ràdio i la publicitat exterior són els mitjans que perden participació de mercat

Creixement de la inversió publicitària 2010/2009

			% Cre. 10/09	Quota		Diferen Quota
	2009	2010		2009	2010	
Televisió	645,3	664,0	2,9	59,0	59,1	0,1
Prensa	179,3	175,2	-2,3	16,4	15,6	-0,8
Revistes	90,4	92,6	2,4	8,3	8,2	0,0
Ràdio	76,2	74,6	-2,1	7,0	6,6	-0,3
Exterior	49,9	48,6	-2,6	4,6	4,3	-0,2
Dominicals	12,6	14,5	15,1	1,2	1,3	0,1
Internet	38,2	51,7	35,3	3,5	4,6	1,1
Cinema	1,4	2,7	92,9	0,1	0,2	0,1
TOTAL	1.093,3	1.123,9	2,8	100,0	100,0	

En millions €

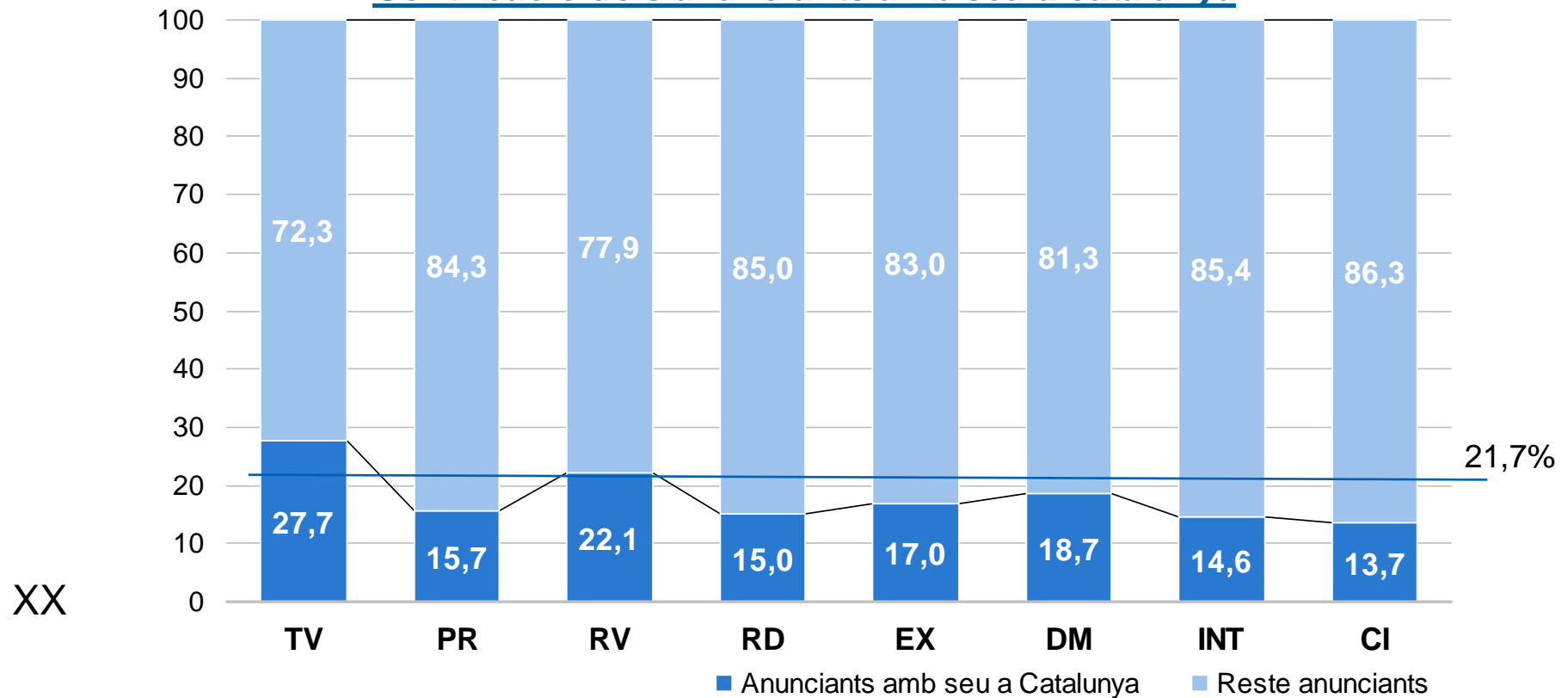
Inversió publicitària anunciants amb seu a Catalunya



Associació Empresarial de Publicitat
Gremi des de 1926

Televisió i revistes són els mitjans que més participació tenen dintre de les inversions publicitàries de cada mitja del conjunt d'Espanya

Participació de la inversió publicitària per mitjans, Contribució dels anunciants amb seu a Catalunya

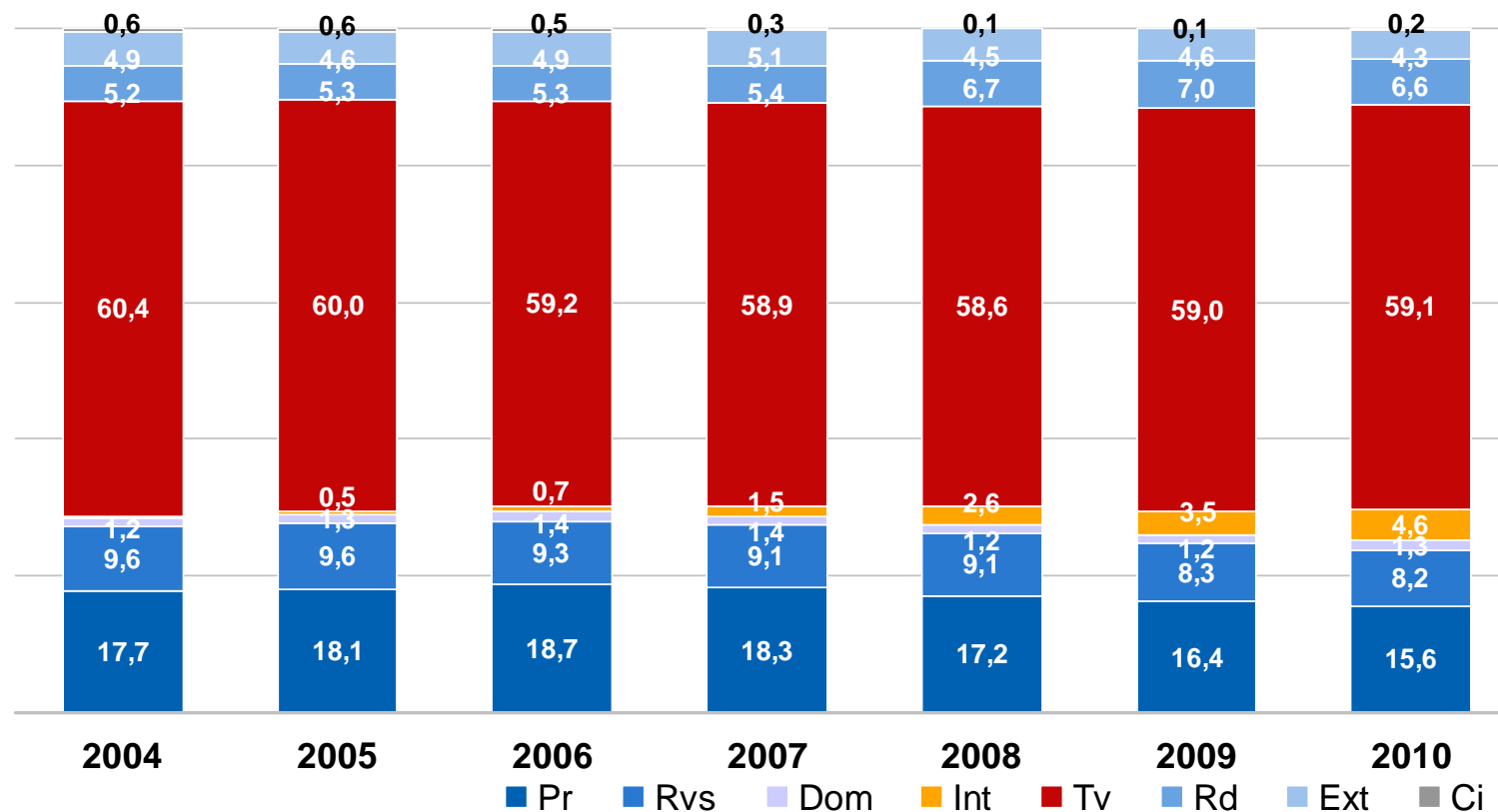


Font: Arce Media, elaboració Media Hotline





Evolució de la participació per mitjans de la inversió publicitària dels anunciants amb seu a Catalunya



Font: Arce Media, elaboració Media Hotline

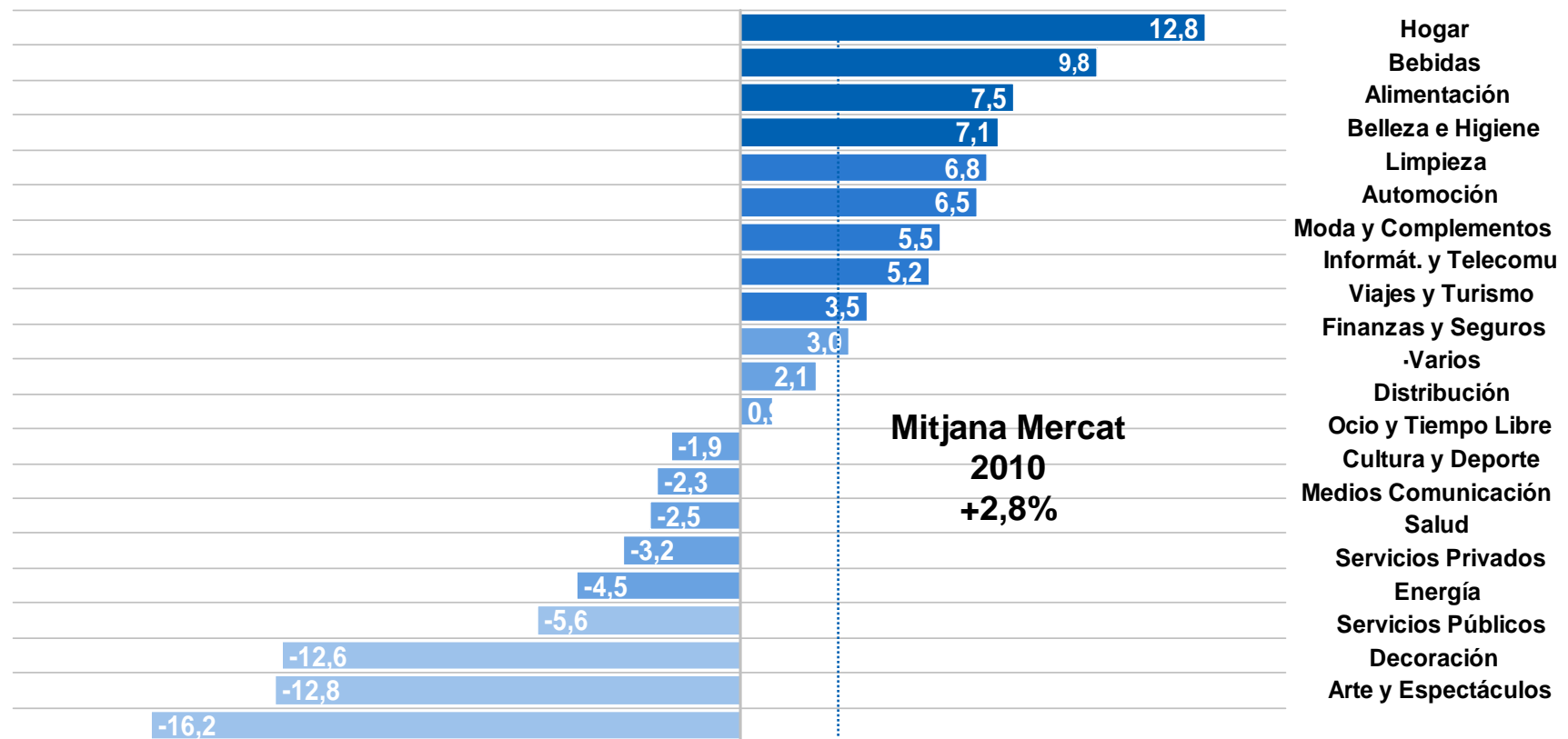




Els sectors de gran consum són els que principalment fan augmentar la inversió publicitària

12 sectors augmenten la inversió publicitària

Creixement Inversió Publicitària per sectors: 2010/2009 dels anunciants amb seu a Catalunya



Inversió publicitària anunciants amb seu a Catalunya



Associació Empresarial de Publicitat
Gremi des de 1926

El 83% de la inversió publicitària dels anunciants amb seu a Catalunya es realitza en suports publicitaris de fora de Catalunya

Una mica més del 50% de la inversió publicitària en mitjans catalans es realitza a través d'anunciants locals

Inversió publicitària realitzada dintre i fora de Catalunya per anunciants amb seu a Catalunya

	Anys							Creixement		
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	10/04	10/07	10/09
Mitjans catalans	230,0	254,4	279,7	271,9	226,4	201,0	195,9	-14,8	-28,0	-2,5
Mitjans Fora Catalunya	1.025,3	1.075,6	1.194,3	1.293,0	1.117,7	892,3	928,0	-9,5	-28,2	4,0
%Mitjans catalans	18,3	19,1	19,0	17,4	16,8	18,4	17,4			
%Mitjans Fora Catalunya	81,7	80,9	81,0	82,6	83,2	81,6	82,6			
Mitjans catalans										
Anunciants Nacionals	110,6	134,7	133,1	129,6	109,7	97,9	96,7	-12,6	-25,4	-1,2
Anunciants Locals	119,4	119,7	146,6	142,3	116,7	103,1	99,2	-16,9	-30,3	-3,8
%Anunciants Nacionals	48,1	52,9	47,6	47,7	48,5	48,7	49,4			
%Anunciants Locals	51,9	47,1	52,4	52,3	51,5	51,3	50,6			

En millions €



Font: Arce Media, elaboració Media Hotline



Inversió publicitària anunciants amb seu a Catalunya



Associació Empresarial de Publicitat
Gremi des de 1926

La inversió publicitària dels anunciants amb seu a Barcelona representen més del 96% de la inversió

Inversió publicitària per províncies dels anunciants amb seu a Catalunya

	Anys							Creixement		
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	10/04	10/07	10/09
Barcelona	1.213,3	1.284,9	1.427,9	1.503,8	1.295,5	1.052,1	1.084,9	-10,6	-27,9	3,1
Girona	11,5	12,1	11,0	16,9	13,0	11,0	9,5	-17,4	-43,8	-13,6
Lleida	8,0	8,5	8,0	9,3	7,1	6,2	6,5	-18,8	-30,1	4,8
Tarragona	22,6	24,5	27,1	33,9	28,4	24,0	23,0	1,8	-32,2	-4,2
%Barcelona	96,6	96,6	96,9	96,2	96,4	96,2	96,5			
%Girona	0,9	0,9	0,7	1,1	1,0	1,0	0,8			
%Lleida	0,6	0,6	0,5	0,6	0,5	0,6	0,6			
%Tarragona	1,8	1,8	1,8	2,2	2,1	2,2	2,0			

En millions €



Font: Arce Media, elaboració Media Hotline



Inversió publicitària anunciants amb seu a Catalunya



Associació Empresarial de Publicitat
Gremi des de 1926

20 anunciants representen el 43% de la Inversió

Ranking Top 20 Anunciants

	2009	2010	% Crec
<i>Volkswagen-Audi</i>	55,3	58,4	5,6
<i>Danone</i>	63,0	57,4	-8,8
<i>Reckitt Benckiser</i>	43,7	41,1	-6,0
<i>Seat</i>	30,6	35,1	14,7
<i>Nestle</i>	27,0	31,2	15,6
<i>A.Puig</i>	30,5	29,0	-4,9
<i>Henkel</i>	20,7	24,2	17,1
<i>Gas Natural</i>	23,1	21,2	-8,3
<i>Nissan</i>	16,4	20,7	26,5
<i>Arbora</i>	16,9	20,4	20,9
<i>Media Markt</i>	14,2	19,4	36,4
<i>La Caixa</i>	27,4	17,7	-35,5
<i>Coty Astor</i>	8,4	16,8	99,8
<i>Kellogg's</i>	16,2	15,5	-4,7
<i>Nutrexpa</i>	15,8	13,8	-12,9
<i>Skoda</i>	11,3	13,6	20,0
<i>Ferrero Bombones</i>	16,6	13,3	-19,9
<i>Cervecerias Damm</i>	11,0	13,2	20,8
<i>Ceac</i>	11,5	13,0	13,2
<i>Editorial Planeta</i>	16,4	12,4	-24,5
TOTAL TOP 20	475,9	487,3	2,4

En millions €



Font: Arce Media, elaboració Media Hotline





● Notorietat publicitària

- És el percentatge de persones que recorda publicitat d'una marca responent a una pregunta genèrica
 - ❖ “¿De quines marques i institucions recorda haver vist publicitat últimament?”

● Mesurament de la notorietat publicitària

- IMOP mesura la notorietat publicitària a través d'un tracking continu (es realitzen entrevistes cada dia) que es diu Top of Mind.

● Mostra

- Al llarg de l'any es realitzen 39.000 entrevistes a persones de més de 1⁰⁴ anys en el conjunt d'Espanya i corresponen 6.240 a Catalunya

● Metodologia

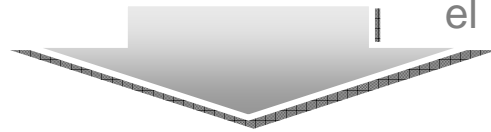
- Enquesta telefònica assistida per ordinador amb el sistema CATI-PTM

Inversió publicitària anunciants amb seu a Catalunya

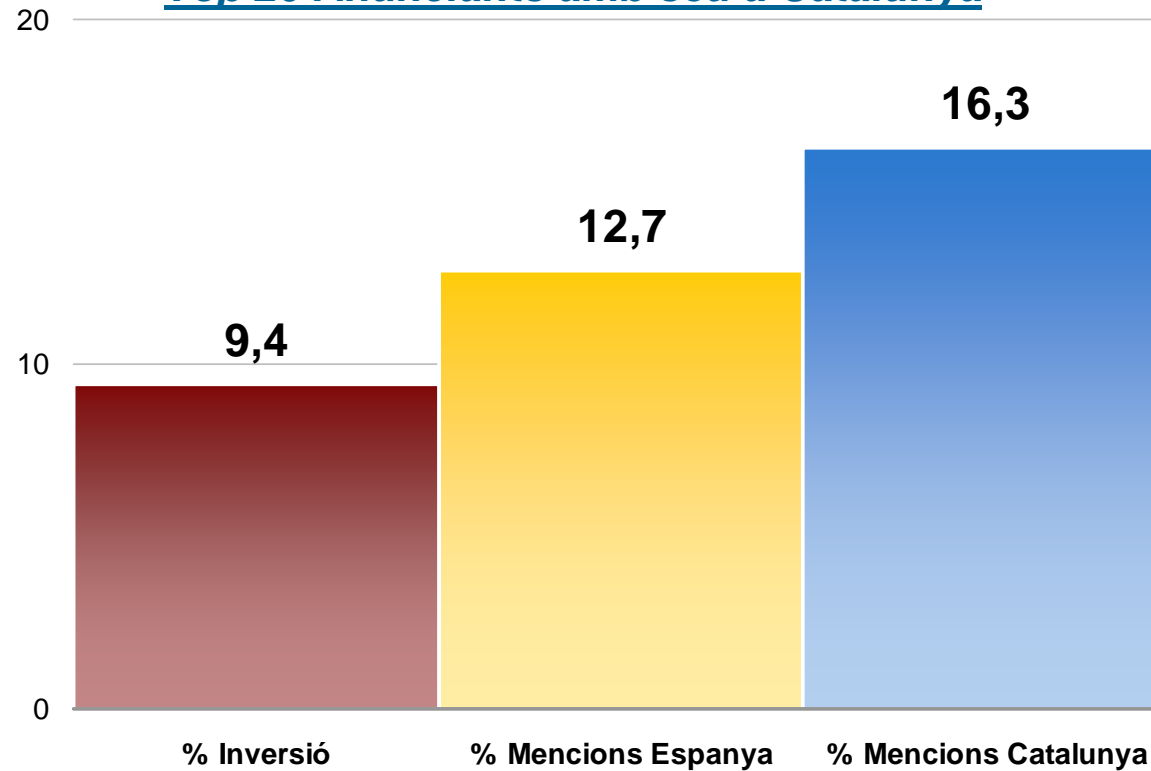


Associació Empresarial de Publicitat
Gremi des de 1926

Els top 20 primers anunciants representen el 43% de la inversió publicitària dels anuncants amb seu a Catalunya i el 9,4% del total mercat estatal



Relació Inversió Publicitària i Notorietat Top 20 Anunciants amb seu a Catalunya



Inversió per Punt de notorietat Top 20

Total Mercat

354.585.000 Mencions

Cost per menció: 14,6 €

Top 20 Anuncinats

45.190.000 Mencions

Cost per menció: 10,8 €

Diferencia -26,1%



Font: Arce Media, elaboració Media Hotline



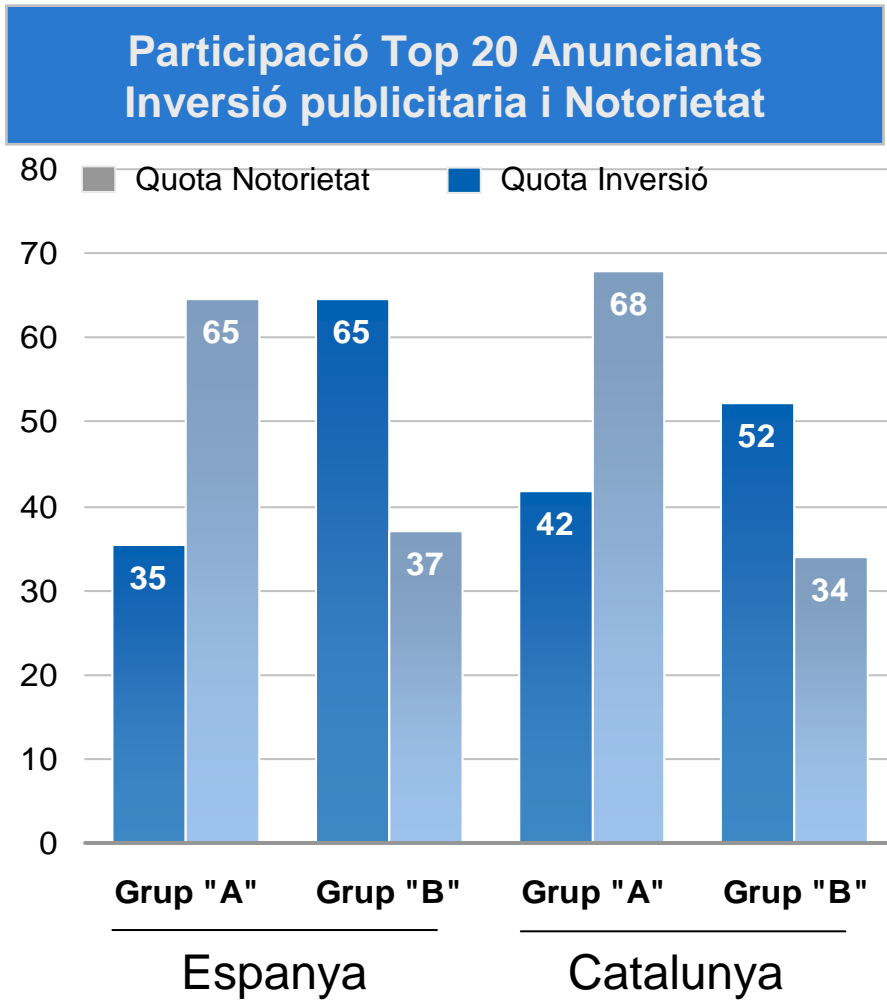
Inversió publicitària anunciants amb seu a Catalunya



Associació Empresarial de Publicitat
Gremi des de 1926

Grup "A": Més Quota de notorietat que Quota de Inversió

Grup "B": Més Quota d'inversió que quota de notorietat



Grup "A"

Grup "B"

Espanya	Catalunya
Volkswagen-Audi	Volkswagen-Audi
A.Puig	A.Puig
Media Markt	Media Markt
Coty Astor	Coty Astor
Nutrexpa	Nutrexpa
Seat	Seat
Danone	Cervecerias Damm
Reckitt Benckiser	La Caixa
Nestle	Danone
Henkel	Reckitt Benckiser
Gas Natural	Nestle
Nissan	Henkel
Arbora	Gas Natural
La Caixa	Nissan
Kellogg's	Arbora
Skoda	Kellogg's
Ferrero Bombones	Skoda
Cervecerias Damm	Ferrero Bombones
Ceac	Ceac
Editorial Planeta	Editorial Planeta



Font: Arce Media, elaboració Media Hotline



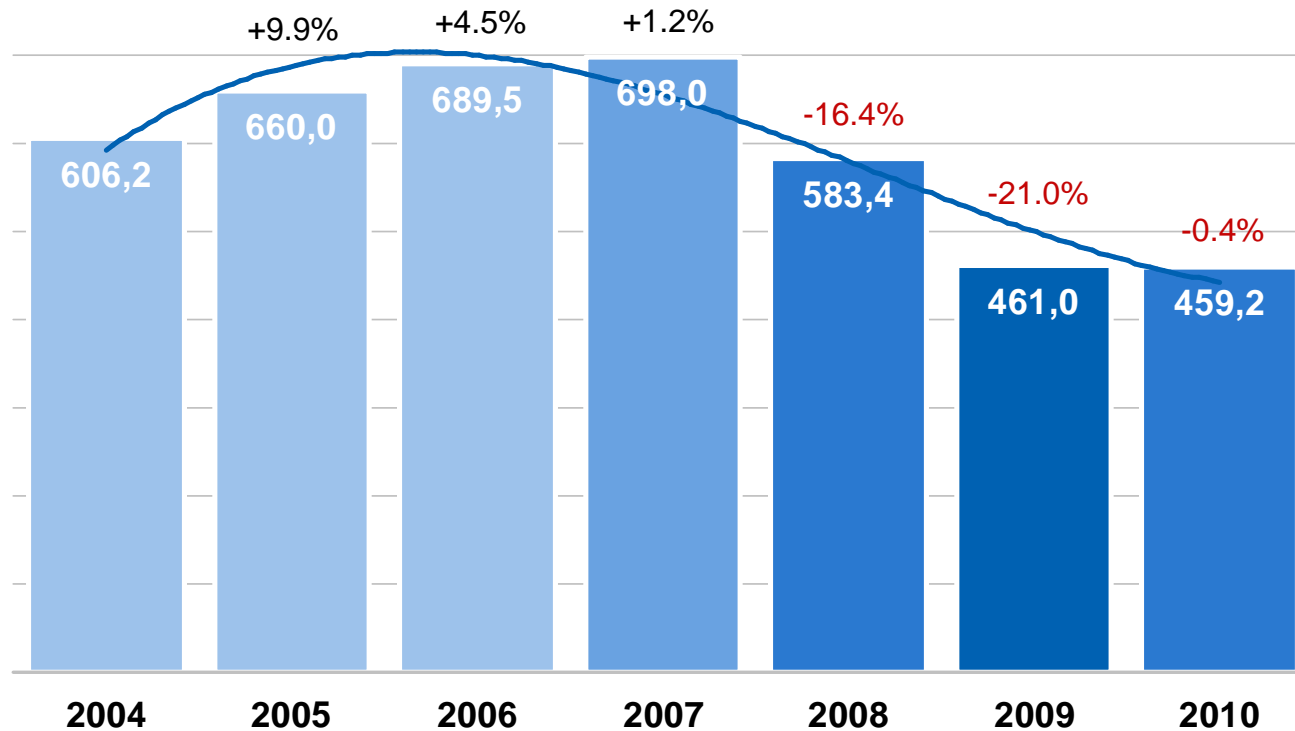


- 1 Metodologia de treball
- 2 Inversió publicitària anunciants amb seu a Catalunya
- 3 Inversió publicitària dels mitjans catalans
- 4 Inversió publicitària que arriba a Catalunya
- 5 Inversió publicitària de l'administració pública catalana



La inversió publicitària del conjunt dels mitjans catalans encara no no creix

Evolució de la Inversió publicitària dels mitjans Catalans



En millions €



Font: Arce Media, elaboració Media Hotline

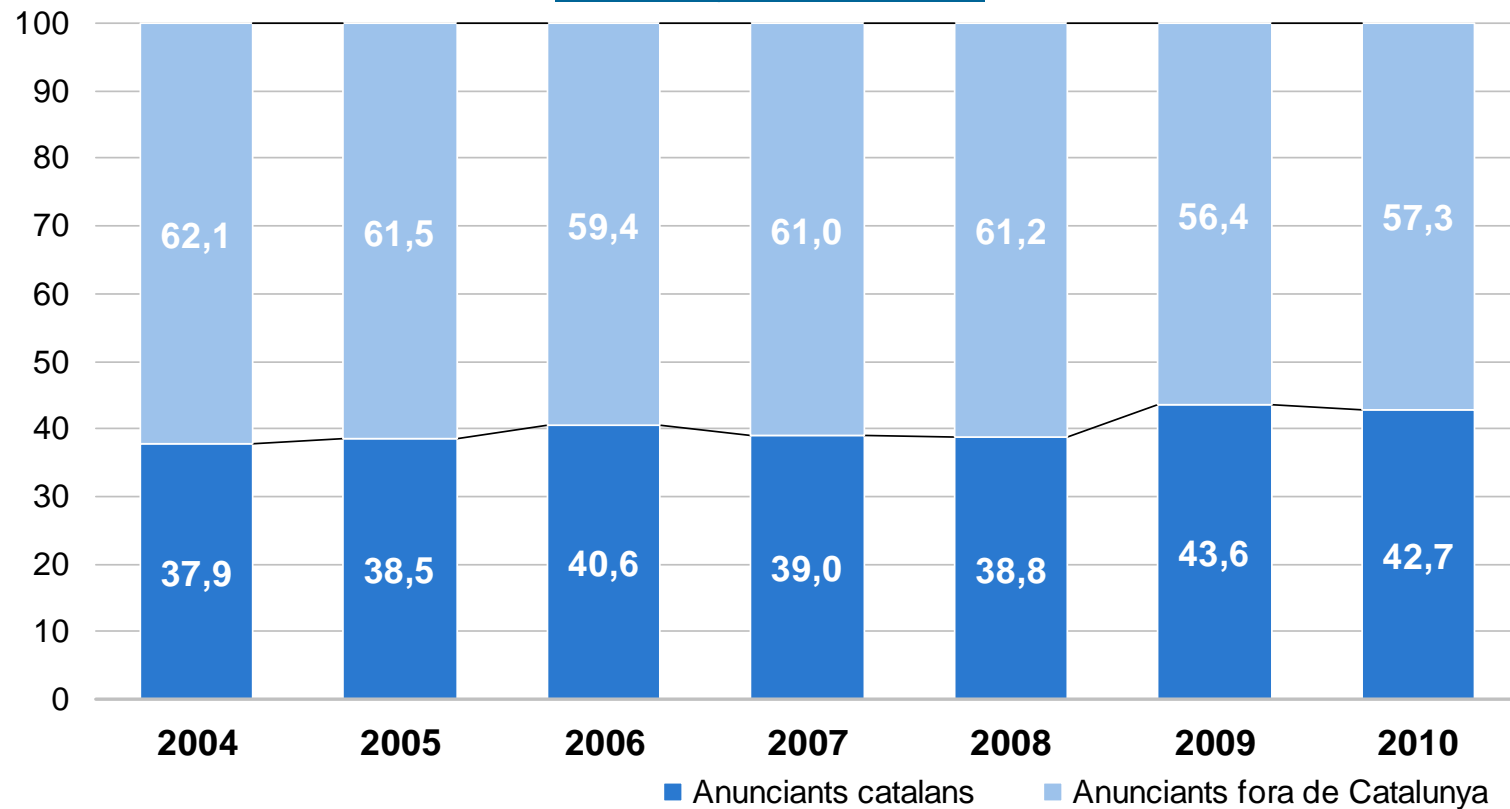




Mes del 40% de la inversió publicitària dels mitjans catalans arriba a través d'anunciants amb seu en catalunya

encara que en l'últim any la participació s'ha reduït 0,9 punts

Distribució de la inversió publicitària per tipologies d'anunciant dels mitjans catalans





Televisió guanya participació

Creixement de la inversió publicitària 2010/2009

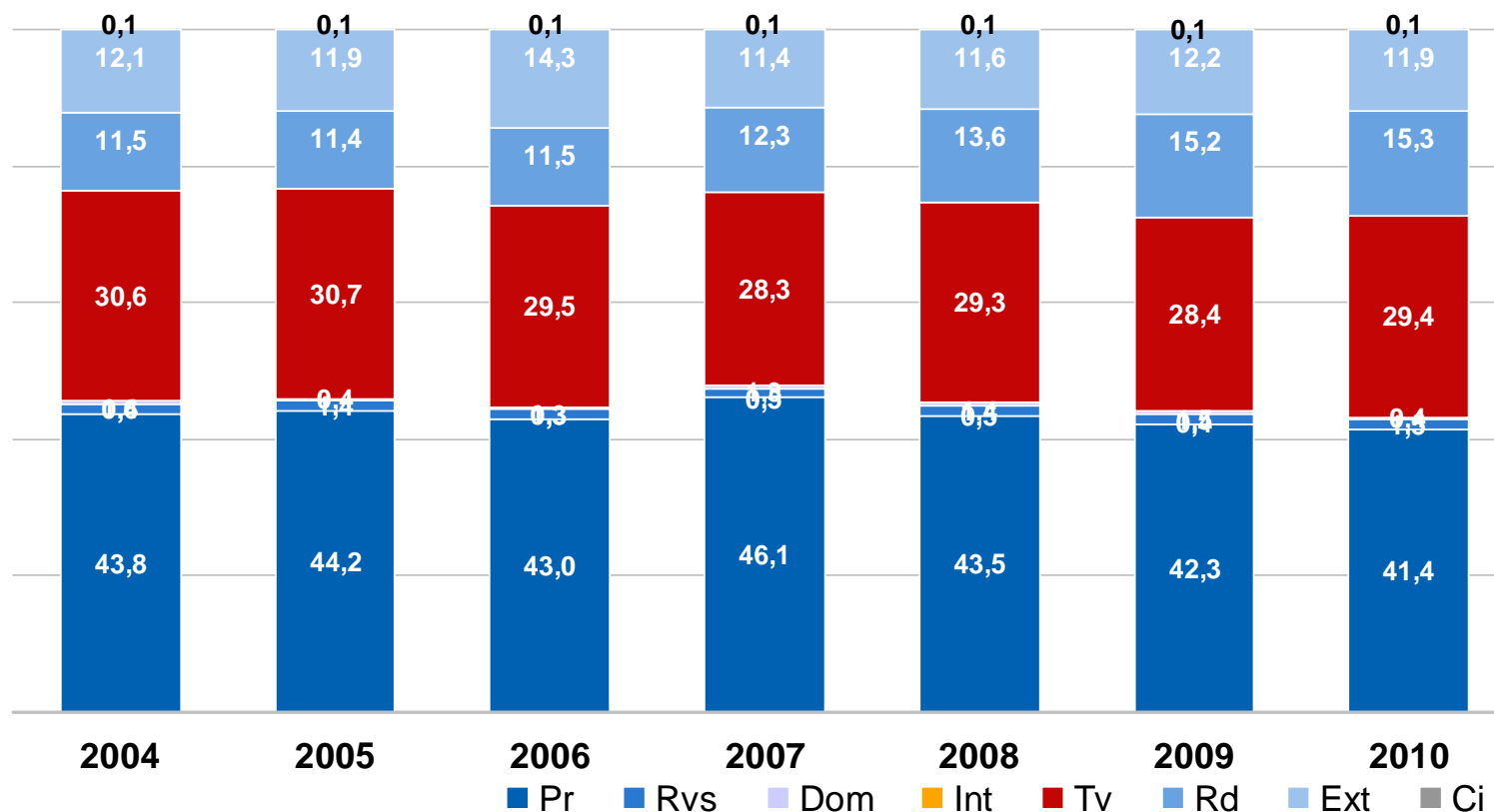
	2009		% Crec. 10/09	Quota		Diferen Quota
	2009	2010		2009	2010	
Televisió	130,8	135,0	3,2	28,4	29,4	1,0
Prensa	194,9	190,2	-2,4	42,3	41,4	-0,9
Revistes	7,0	6,7	-4,3	1,5	1,5	-0,1
Ràdio	70,1	70,4	0,4	15,2	15,3	0,1
Exterior	56,1	54,5	-2,9	12,2	11,9	-0,3
Dominicals	1,9	2,0	5,3	0,4	0,4	0,0
Internet *						
Cinema	0,2	0,4	100,0	0,0	0,1	0,0
<u>TOTAL</u>	<u>461,0</u>	<u>459,2</u>	<u>-0,4</u>	<u>100,0</u>	<u>100,0</u>	

* No inclou internet per no tenir àmbit específic

En millions €



Evolució de la participació de la inversió publicitària per mitjans catalans



* No inclou internet per no tenir àmbit específic

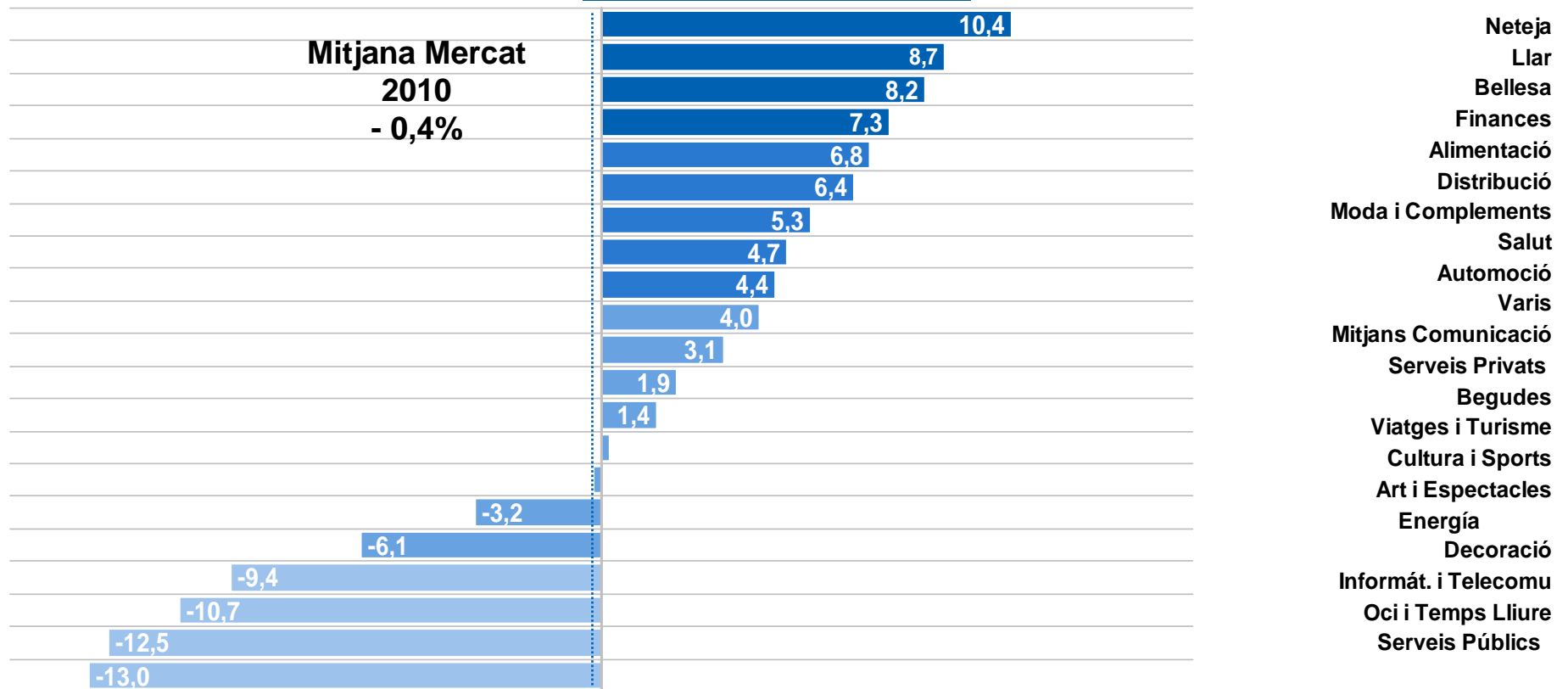
Font: Arce Media, elaboració Media Hotline





Igual que els anunciants amb seu a Catalunya són els sectors de gran consum els que principalment augmenten la inversió publicitària en els mitjans catalans

Creixement Inversió Publicitària dels mitjans catalans per sectors: 2010/2009



Font: Arce Media, elaboració Media Hotline





1

Metodologia de treball

2

Inversió publicitària anunciants amb seu a Catalunya

3

Inversió publicitària dels mitjans catalans

4

Inversió publicitària que arriba a Catalunya

5

Inversió publicitària de l'administració pública catalana

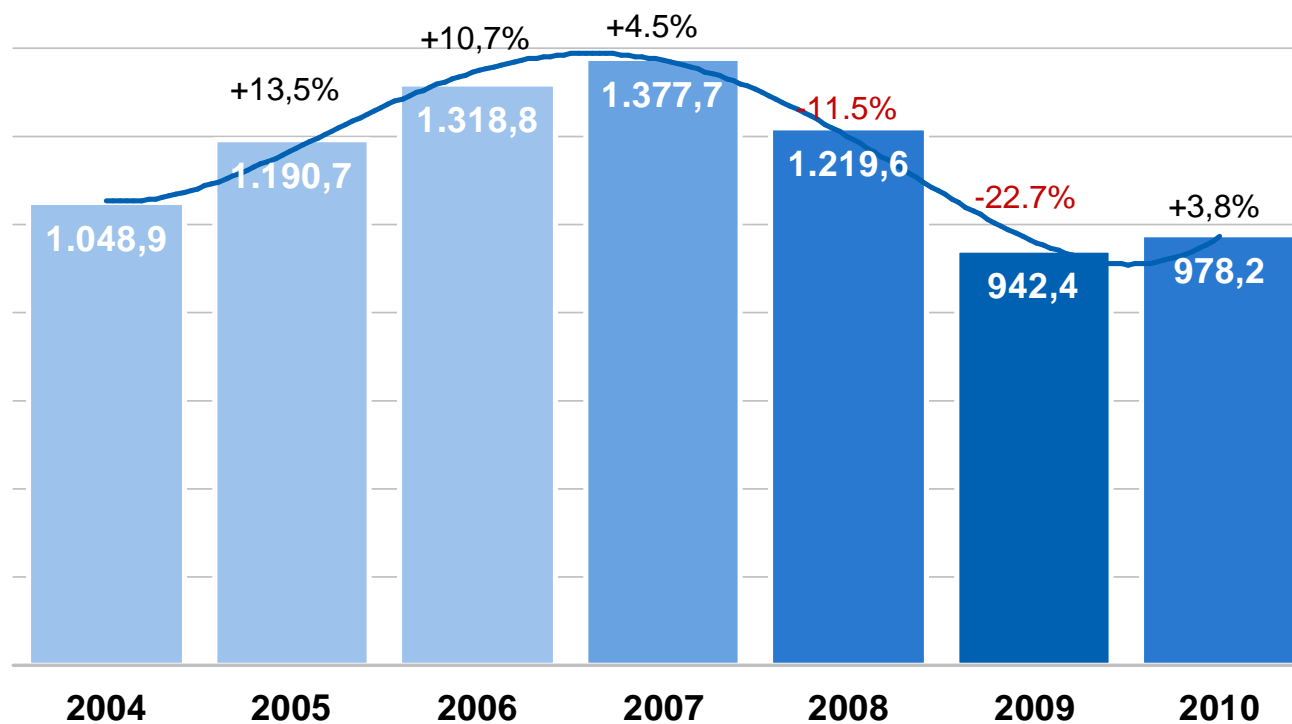
Inversió publicitària que arriba a catalunya



Associació Empresarial de Publicitat
Gremi des de 1926

La inversió publicitària que arriba a catalunya ha augmentat un 3,8% en l'últim any

Evolució de la Inversió publicitària que arriba a Catalunya



En millions €



Font: Arce Media, elaboració Media Hotline



Inversió publicitària que arriba a catalunya

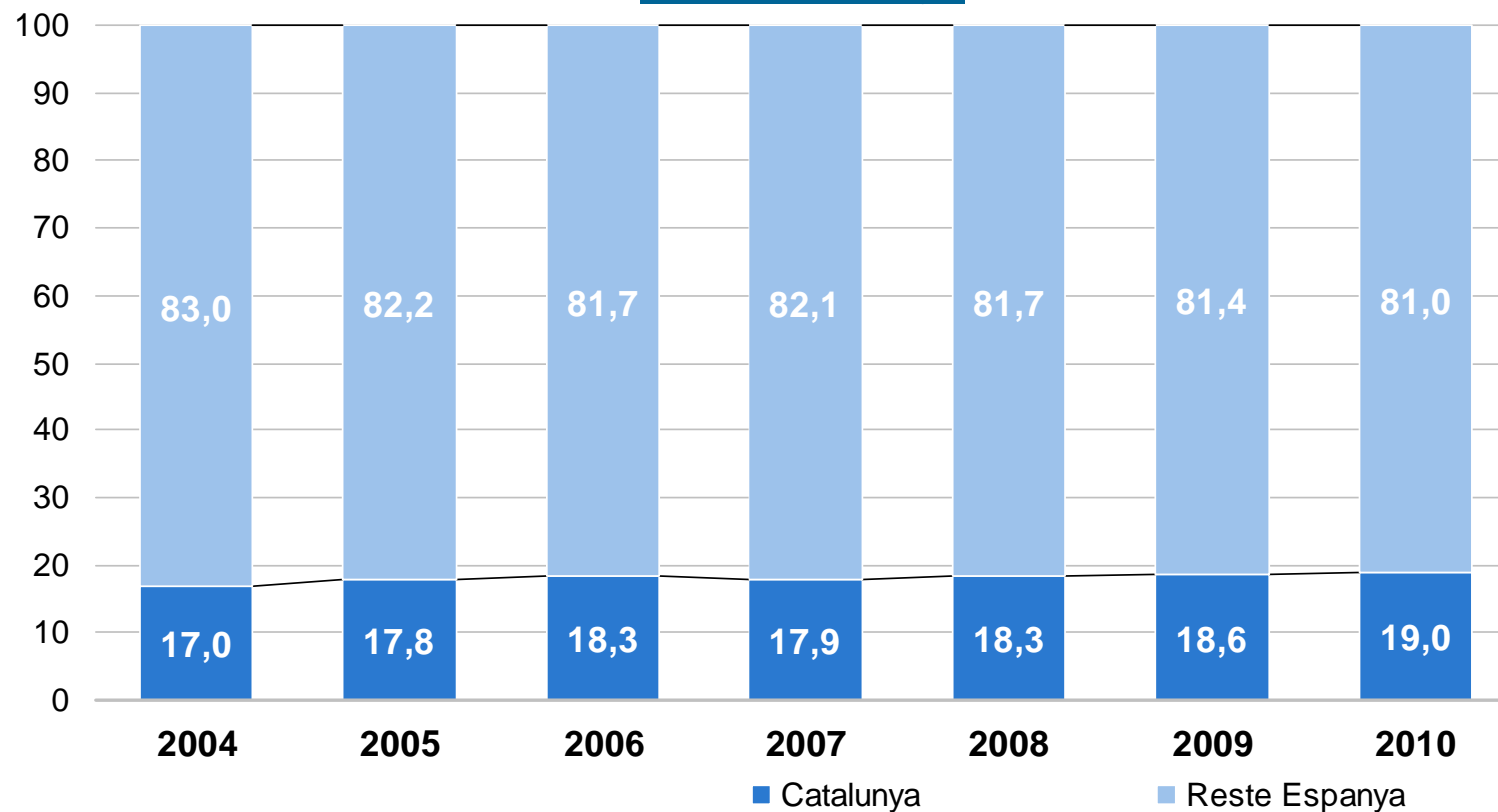


Associació Empresarial de Publicitat
Gremi des de 1926

La inversió publicitària que arriba a catalunya representa el 19% del total

Aquesta participació s'està incrementant lleugerament en els últims quatre anys

Participació de la inversió publicitària que arriba a Catalunya S/ total espanya

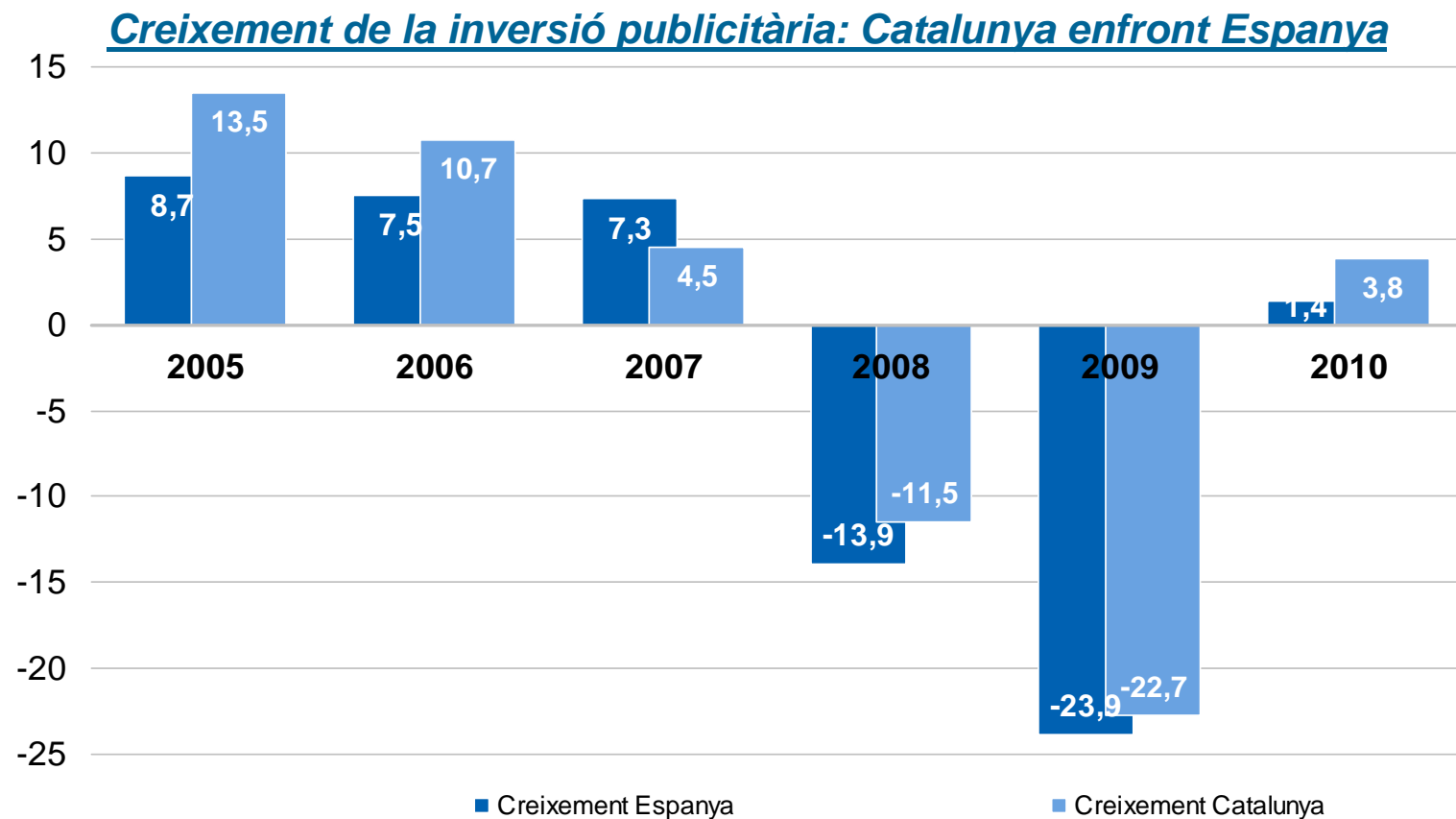


Font: Arce Media, elaboració Media Hotline





L'augment de la inversió publicitària que arriba a Catalunya és superior a la mitjana nacional

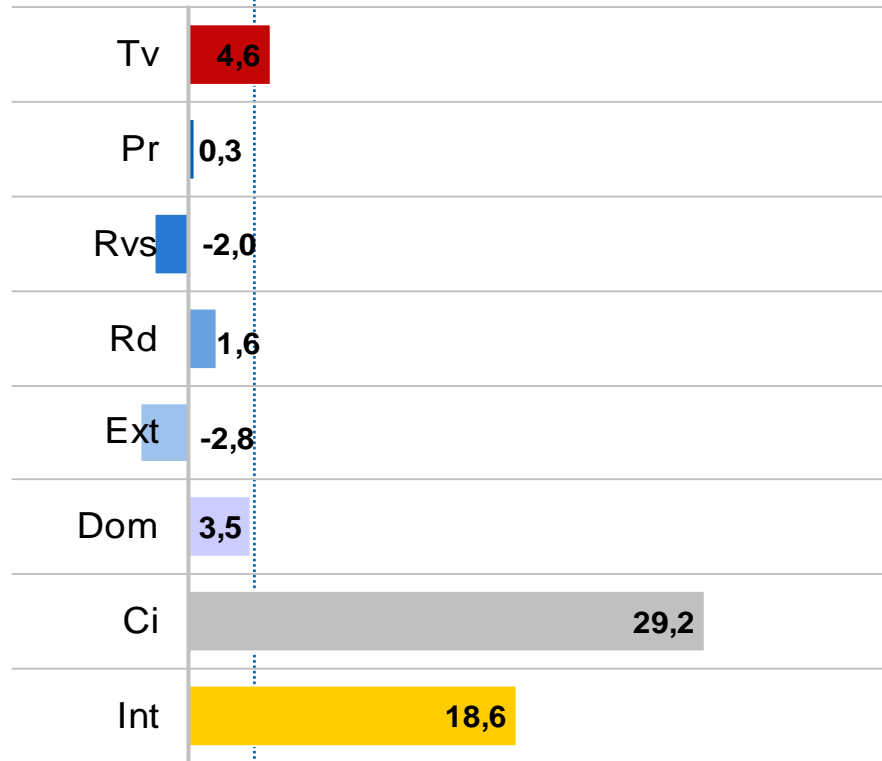




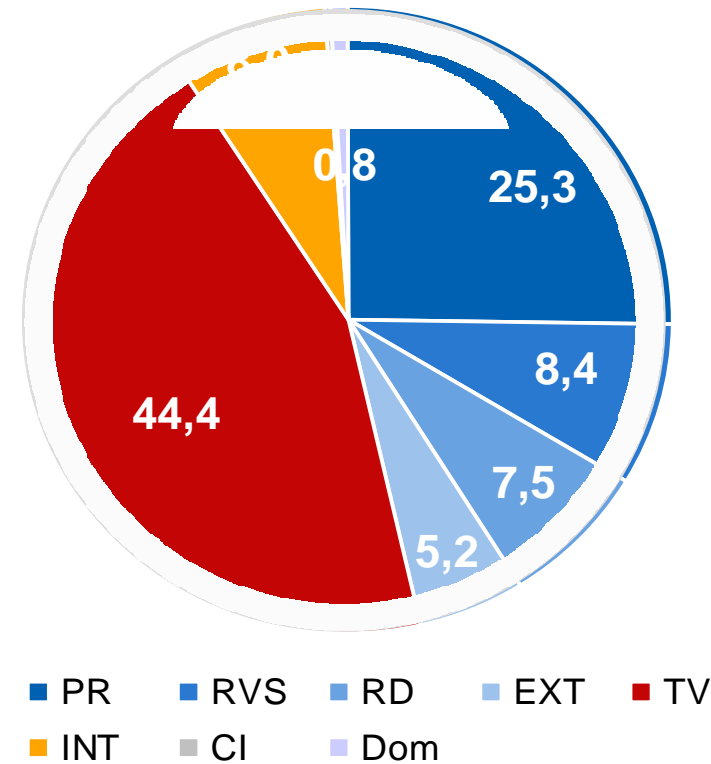
Tots els mitjans augmenten la seva inversió publicitària llevat de Revistes i la publicitat exterior que cau tímidament

Creixement i Participació per Mitjans de la inversió publicitària que arriba a Catalunya

Creixement 10/09
+3,8%

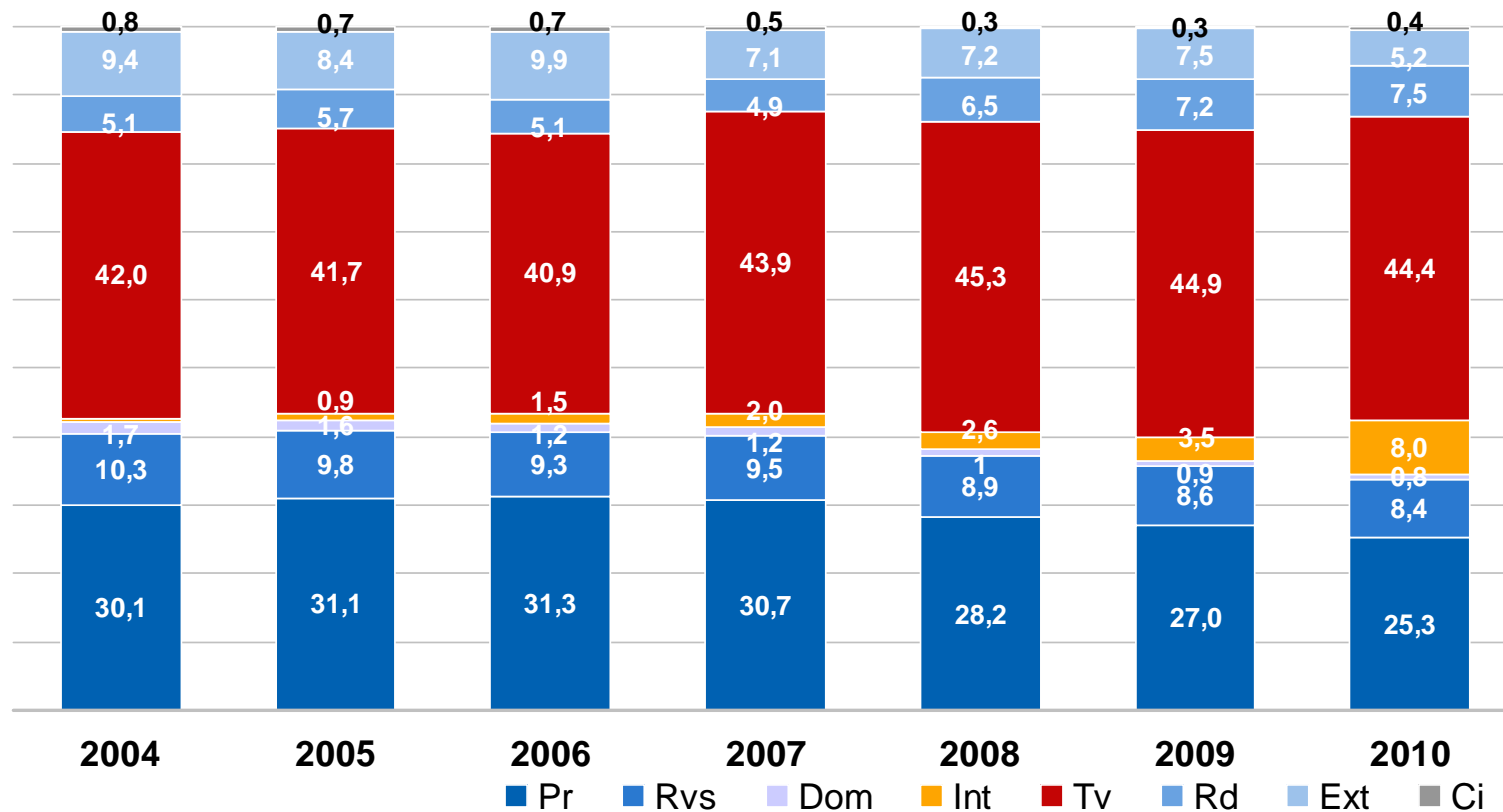


2010





Evolució de la participació per mitjans de la inversió publicitària que arriba a Catalunya





Catalunya té un quadre econòmic lleugerament diferent al conjunt de l'estat espanyol

Caiguda de PIB lleugerament major però menor taxa d'atur

Quadre macroeconòmic

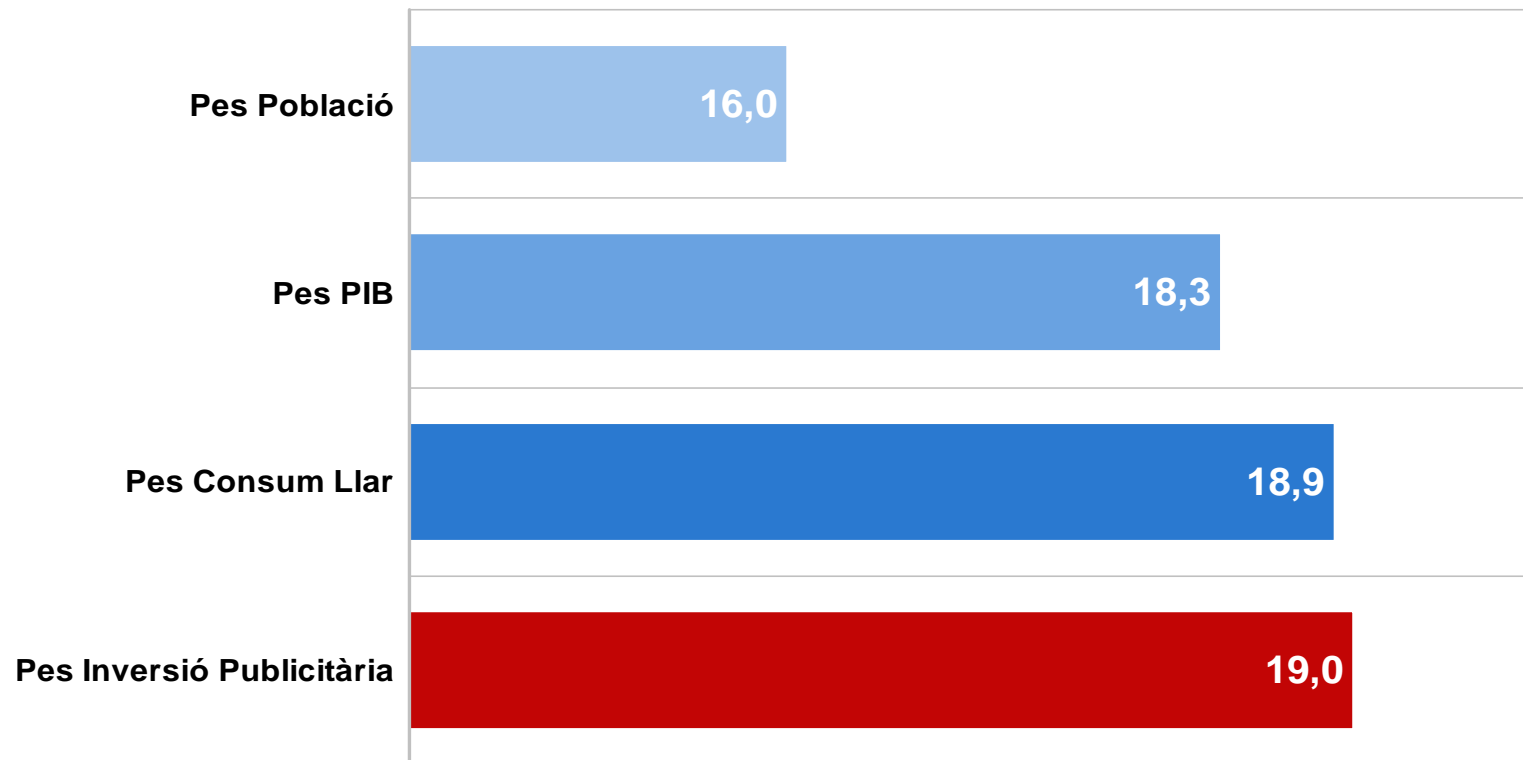
	Espanya		Catalunya		Pes de Catalunya	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010
PIB	-3,6%	-0,1%	-4,2%	-0,3%	18,6%	18,3%
Consum Llar	-5,1%	1,3%	-5,3%	1,2%	19,0%	18,9%
Inflació	-0,3%	3,0%	-0,1%	3,0%		
Taxa d'atur	18%	20,3%	16,2%	18,0%	15,5%	14,6%

*Año 2009 datos estimados



La inversió publicitària que arriba a catalunya és:
sensiblement superior a la mitjana de la població
similar al pes del PIB
Lleugerament inferior a la importància relativa del consum a la llar

Comparança de la importància de catalunya sobre espanya: Any 2010

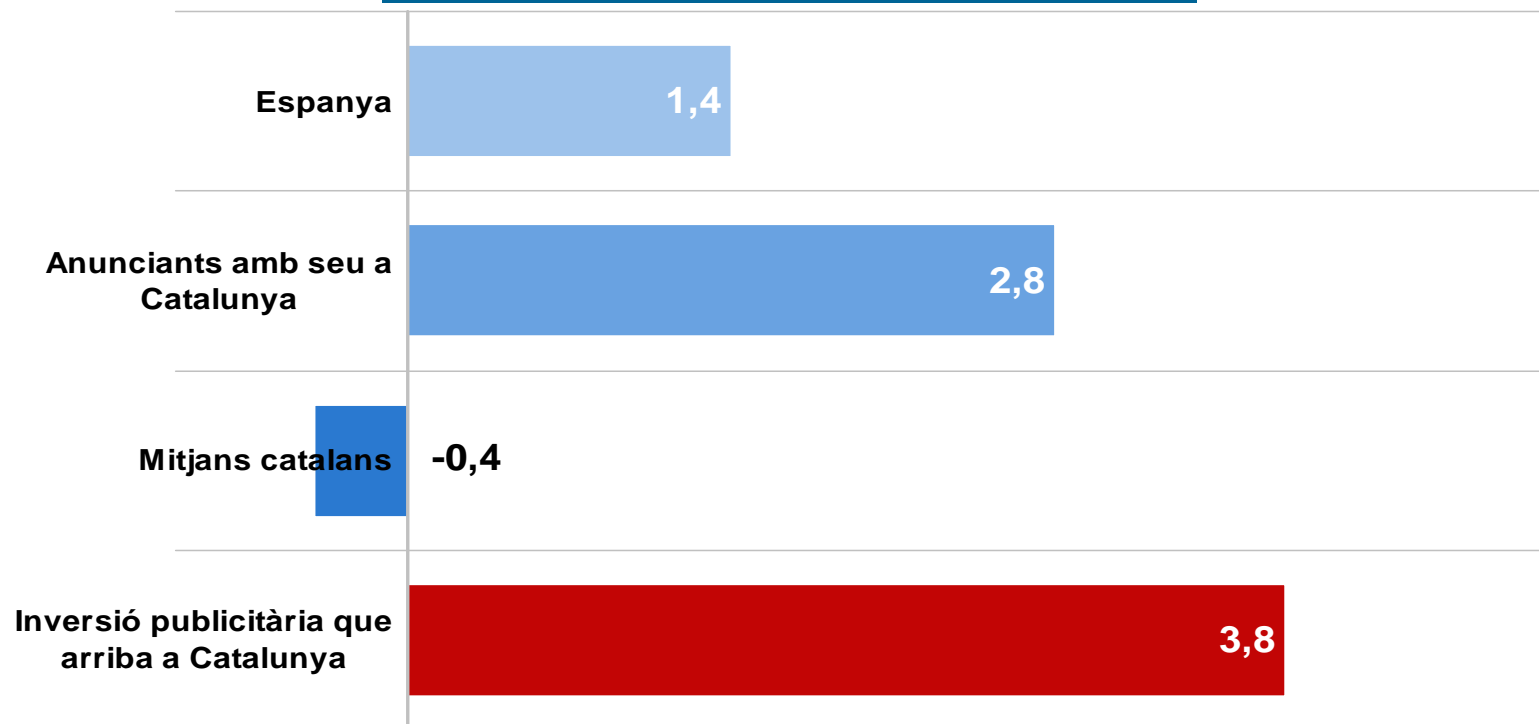




La caiguda de la inversió publicitària que arriba a Catalunya és un punt inferior a la mitjana nacional

Gairebé dos punts superior a la inversió rebuda pels mitjans catalans
I quatre punts superior a la inversió realitzada pels anunciants amb seu a Catalunya

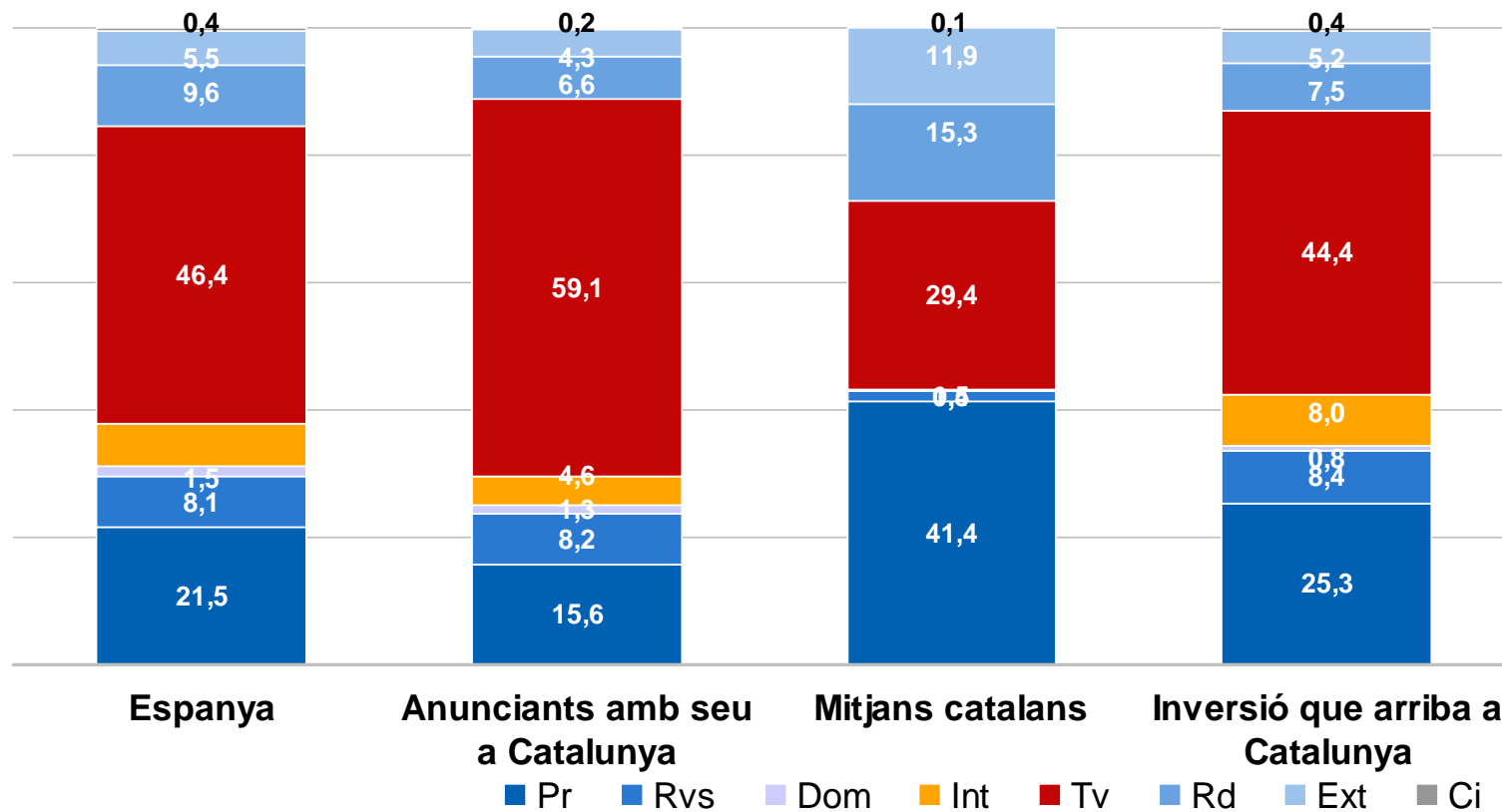
Creixement mercat publicitari 2010/2009





Cadascun de les diferents anàlisis realitzats té una estructura d'inversió publicitària en mitjans diferent

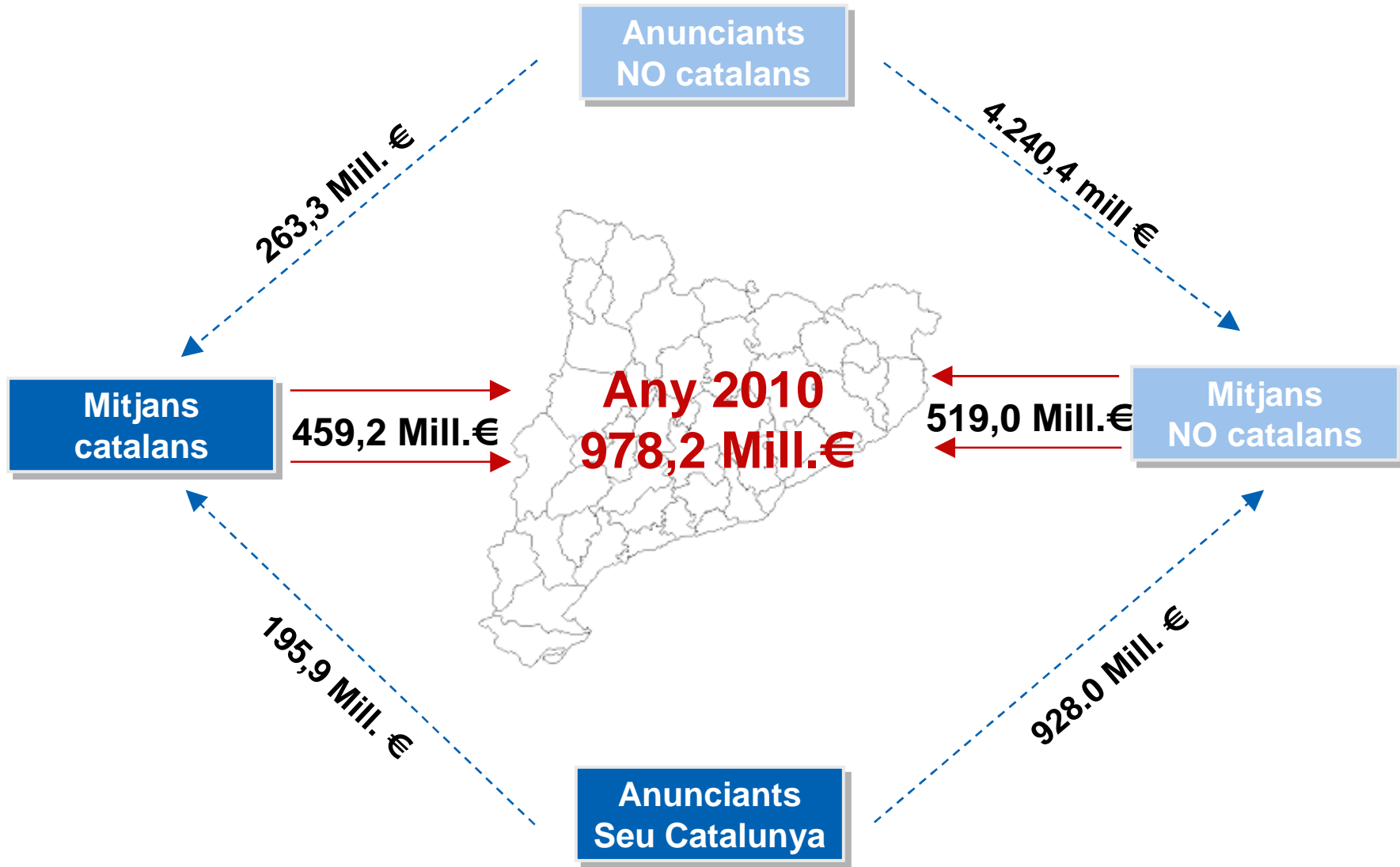
Comparació de la participació de la inversió publicitària per mitjans



Inversió publicitària que arriba a Catalunya



Associació Empresarial de Publicitat
Gremi des de 1926



En millions €



Font: Arce Media, elaboració Media Hotline





1

Metodologia de treball

2

Inversió publicitària anunciants amb seu a Catalunya

3

Inversió publicitària dels mitjans catalans

4

Inversió publicitària que arriba a Catalunya

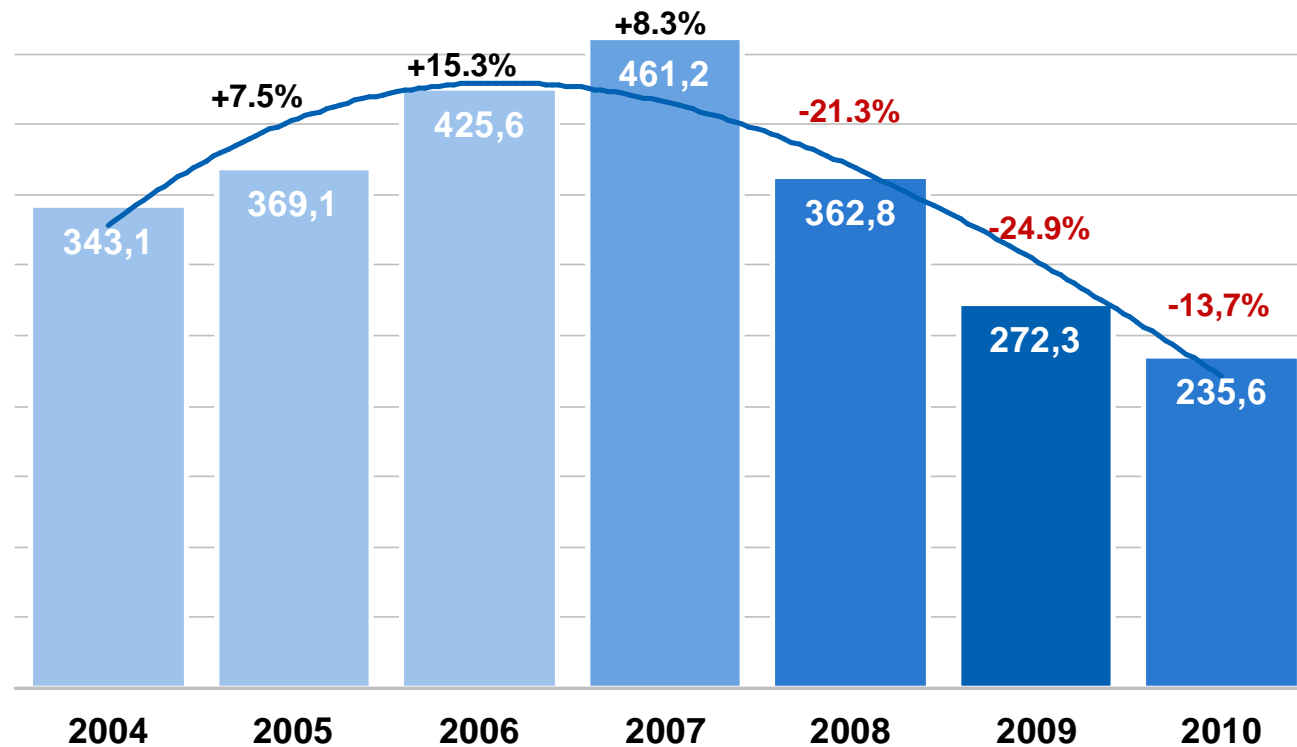
5

Inversió publicitària de l'administració pública catalana



Les diferents administracions públiques del conjunt de l'estat espanyol han reduït la inversió publicitària per tercer any consecutiu

Evolució i creixement de la inversió publicitària de l'administració pública: total Espanya



En millions €



Font: Arce Media, elaboració Medio Público



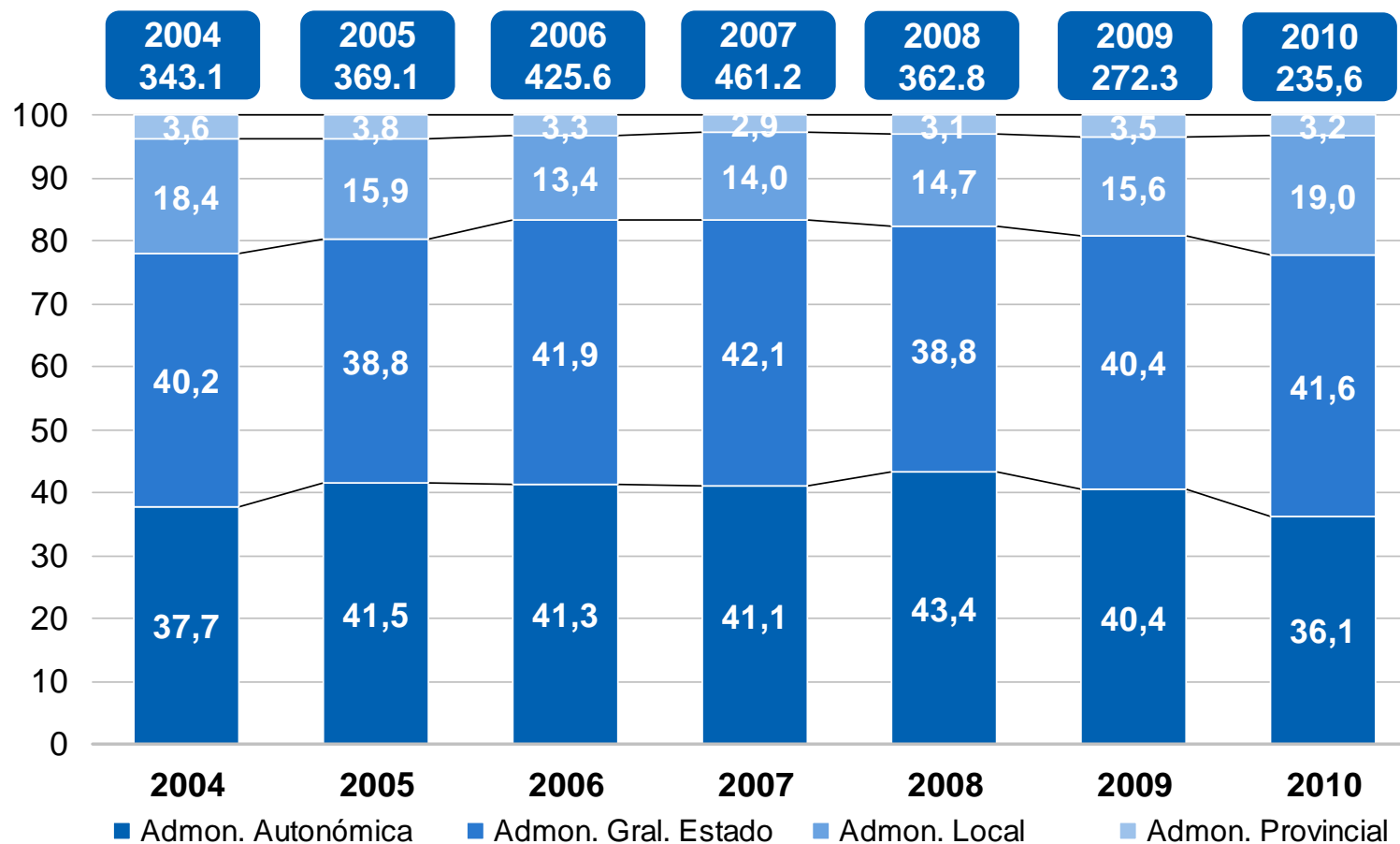
Inversió publicitària de l'administració pública catalana



Associació Empresarial de Publicitat
Gremi des de 1926

Les administracions autonòmiques i le3s diputacions són les que han reduït la major part de la inversió publicitària

participació de la inversió publicitària per tipus d'administració pública



En millions €



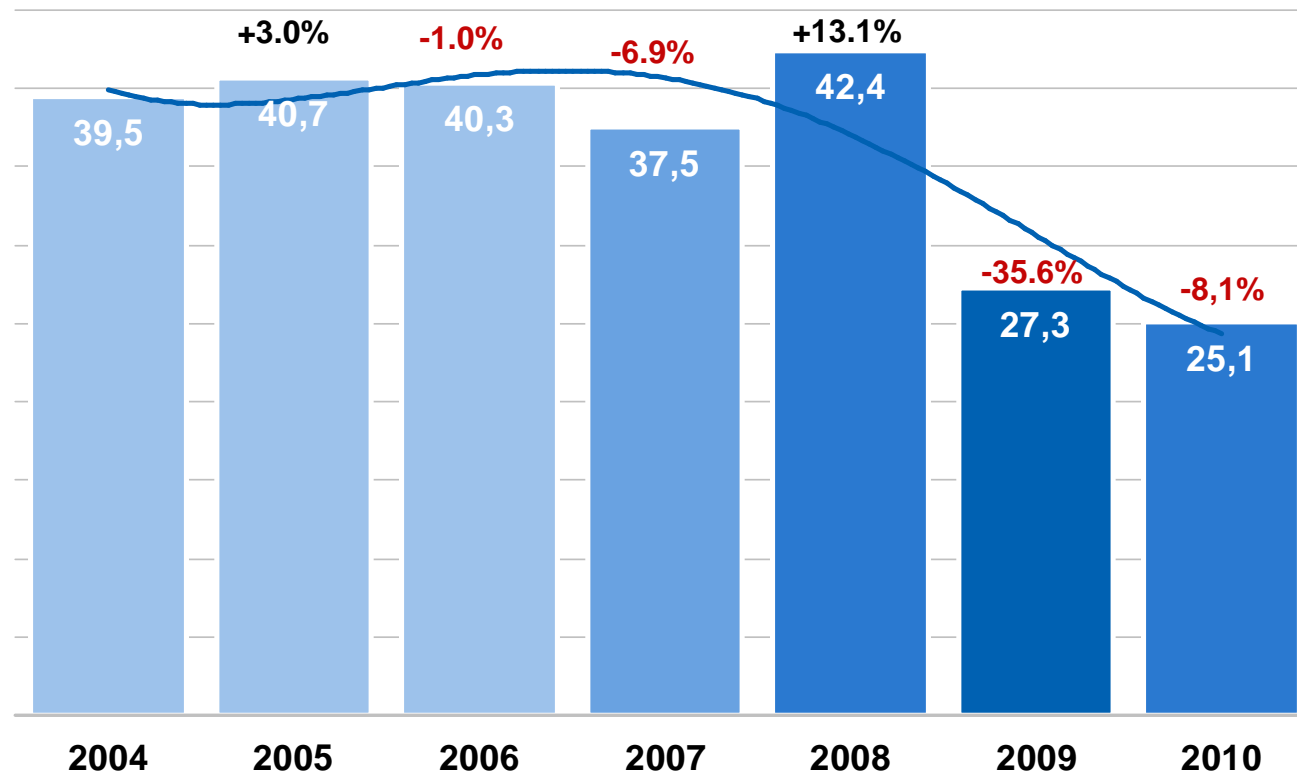
Font: Arce Media, elaboració Medio Público





Les diferents administracions públiques catalanes han reduït la inversió publicitària un 8,1%.

Evolució i creixement de la inversió publicitària de l'administració pública de Catalunya



En millions €



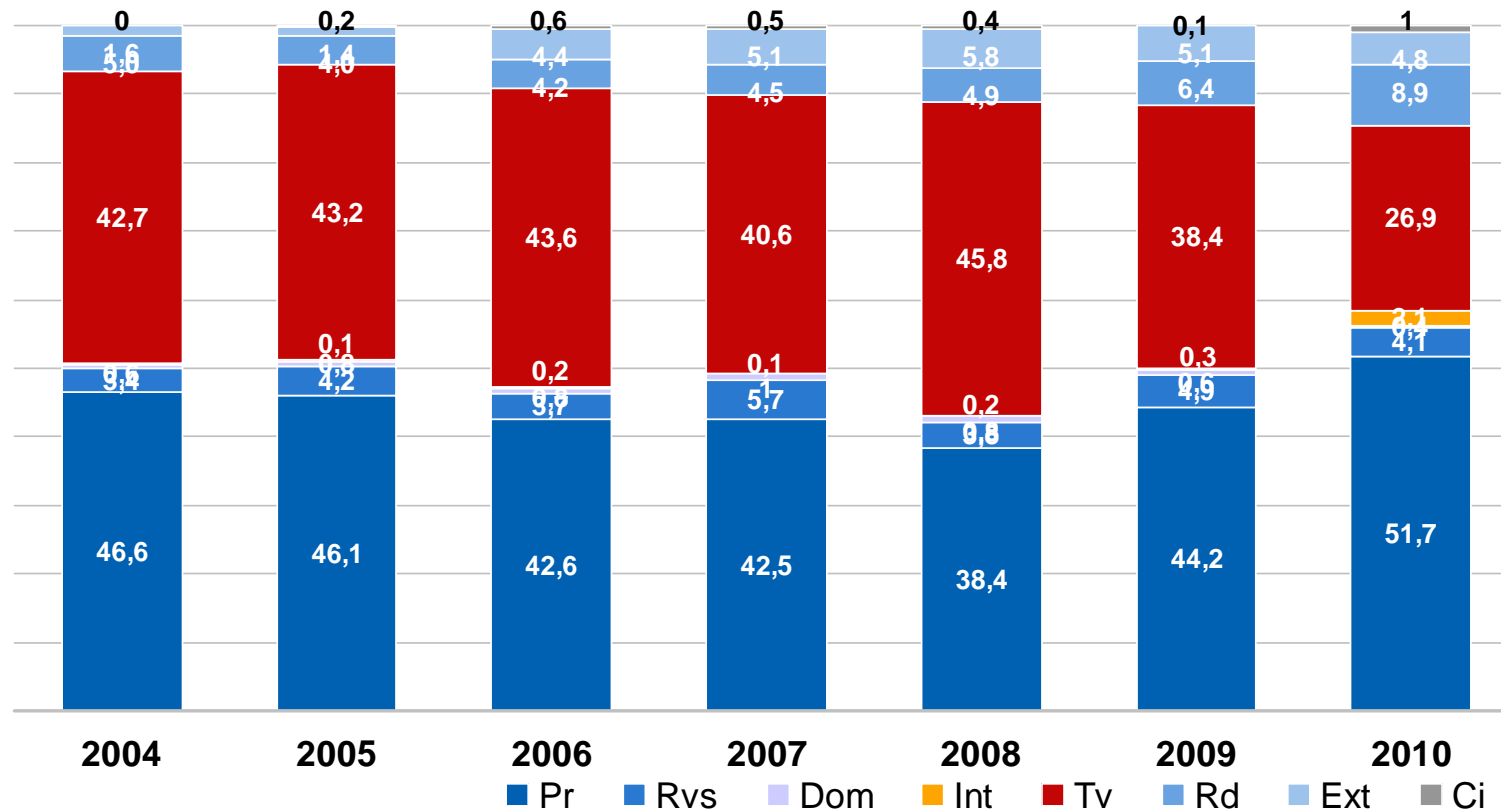
Font: Arce Media, elaboració Medio Público





El mitjà més utilitzat és la premsa seguit de la televisió

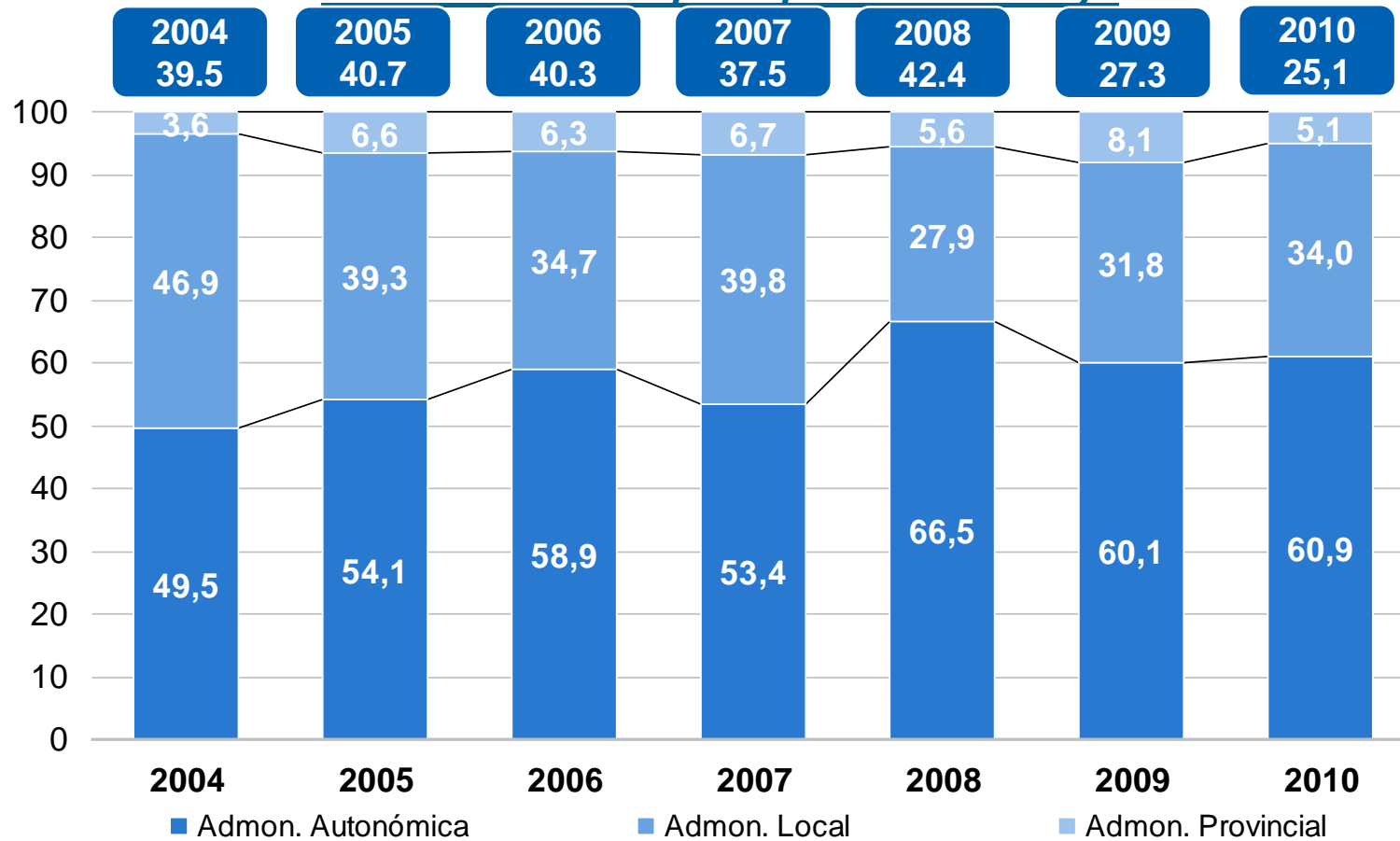
Evolució de la participació per mitjans de l'administració pública catalana





La Generalitat de Catalunya representa el 60% de la inversió del conjunt d'administracions públiques del Catalunya

participació de la inversió publicitària per tipus d'administracions públiques de Catalunya



En millions €



Font: Arce Media, elaboració Medio Público





La Generalitat de Catalunya ha reduït la inversió publicitària un 6,7% en l'últim any

Evolució i creixement de la inversió publicitària de les principals institucions públiques

	Anys							Creixement		
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	10/04	10/07	10/09
Generalitat Catalunya	19,5	22,0	23,8	20,0	28,2	16,4	15,3	-21,5	-23,5	-6,7
Ajuntament Barcelona	17,2	14,7	12,6	13,1	10,1	7,3	7,2	-58,1	-45,0	-1,4
Diputació Barcelona	0,7	1,9	1,8	1,8	1,5	1,4	0,8	7,1	-58,3	-46,4
Diputació Girona	0,2	0,3	0,4	0,3	0,3	0,4	0,2	-5,0	-36,7	-52,5
Ajuntament Lleida	0,3	0,3	0,4	0,3	0,3	0,3	0,4	20,0	20,0	20,0
Ajuntament Girona	0,4	0,4	0,3	0,3	0,4	0,3	0,3	-35,0	-13,3	-13,3
Diputació Lleida	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2	0,4	-10,0	20,0	80,0
Diputació Tarragona	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	60,0	60,0	-20,0
Ajuntament Tarragona	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	50,0	50,0	-25,0
Altres Ajuntaments	0,6	0,5	0,5	1,2	1,0	0,6	0,4	-41,7	-70,8	-41,7
<u>TOTAL</u>	<u>39,5</u>	<u>40,7</u>	<u>40,3</u>	<u>37,5</u>	<u>42,4</u>	<u>27,3</u>	<u>25,1</u>	<u>-36,5</u>	<u>-33,1</u>	<u>-8,1</u>

En millions €

Inversió publicitària de l'administració pública catalana



Associació Empresarial de Publicitat
Gremi des de 1926

Imatge, turisme i cultura són els àmbits d'inversió publicitària més importants.

Representen el 60% de la inversió publicitària de la Generalitat de Catalunya

Distribució de la inversió publicitària de la Generalitat de Catalunya per àrees temàtiques

%	Anys							Diferencia		
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	10/04	10/07	10/09
Imatge	22,2	23,8	23,9	24,1	24,4	24,2	32,8	10,6	8,7	8,6
Turisme	15,5	14,4	14,9	15,2	15,4	15,5	14,1	-1,4	-1,1	-1,4
Cultura	18,2	11,6	7,3	9,0	9,5	12,6	13,3	-4,9	4,3	0,7
Medi Ambient	0,9	4,7	4,4	5,1	6,5	7,7	4,7	3,8	-0,4	-3,0
Jocs i apostes	9,2	9,3	6,2	3,8	3,8	5,9	5,1	-4,1	1,3	-0,8
Treball	5,2	3,1	5,2	3,8	3,9	5,7	4,2	-1,0	0,4	-1,5
Educació	2,9	5,5	4,8	4,6	4,4	3,9	2,0	-0,9	-2,6	-1,9
Assumptes socials	4,5	7,8	5,4	5,3	5,1	5,0	0,6	-3,9	-4,7	-4,4
Sanitat	0,4	0,2	0,4	0,2	2,0	0,1	4,1	3,7	3,9	4,0
Reste	21,0	19,6	27,5	28,9	25,0	19,4	19,1	-1,9	-9,8	-0,3
<u>TOTAL</u>	<u>100,0</u>	<u>100,0</u>	<u>100,0</u>	<u>100,0</u>	<u>100,0</u>	<u>100,0</u>	<u>100,0</u>			

En millions €



Font: Arce Media, elaboració Medio Público

