

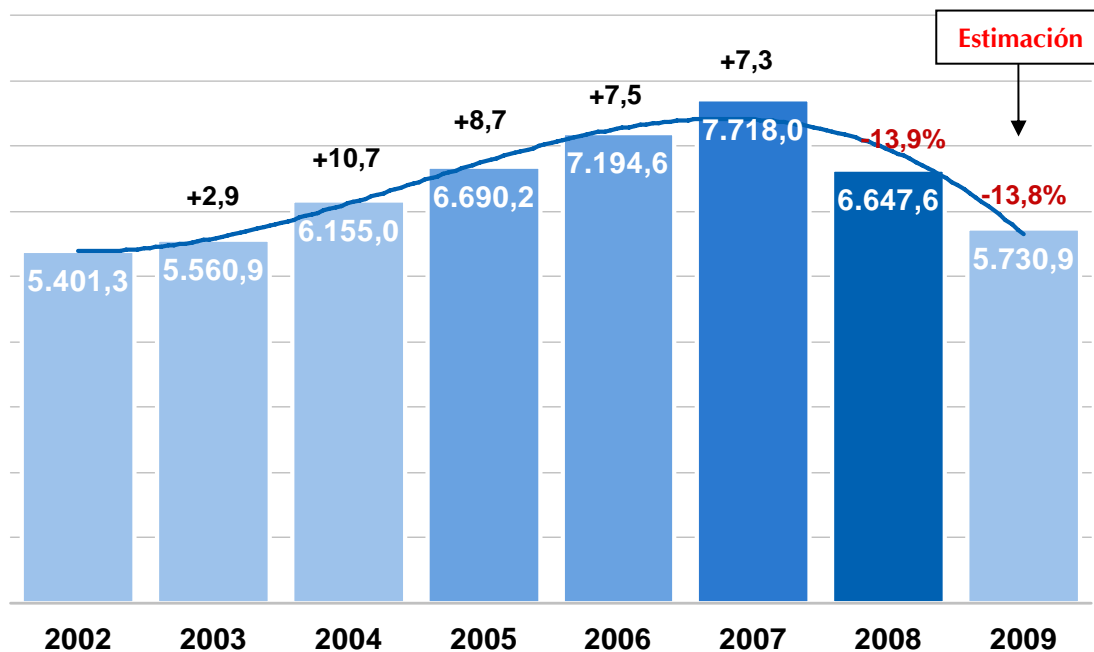


En el primer trimestre de 2009 se acelera la caída de la inversión publicitaria

Según el i2p (Índice de inversión publicitaria) que elaboran Arce Media y Media Hotline, la inversión publicitaria en medios convencionales ha caído un 27,8% este primer trimestre en relación al primer trimestre de 2008. En este trimestre se ha invertido en publicidad 1.220 millones de euros frente a los 1.690 millones de euros de 2008.

La proyección que realiza el i2p para finales de 2009 es de una caída promedio entre el 13% y el 14% lo que supone que 2009 termina con una inversión publicitaria de unos 5.700 millones de euros, 900 millones de euros menos que en 2008. Esto supone retroceder a los niveles de inversión de 2003.

Evolución y crecimiento de la Inversión Publicitaria





Después del sector de la construcción y automoción es el mercado de la publicidad el que más está sufriendo la crisis económica. Durante los últimos años, esta actividad suponía el 0,74% del PIB y en este primer trimestre solamente ha representado el 0,61%.

Todos los medios, excepto Internet, reducen los ingresos por publicidad, por debajo de la media Radio y Televisión y por encima de la media los Medios Impresos, Exterior y Cine.

En esta situación la cuota de inversión en Televisión está creciendo y aproximándose al 50%, igualmente la Radio se aproxima a una cuota del 10%. Por el contrario, la Prensa pierde un 1,1% de su cuota y las revistas un 0,8%.

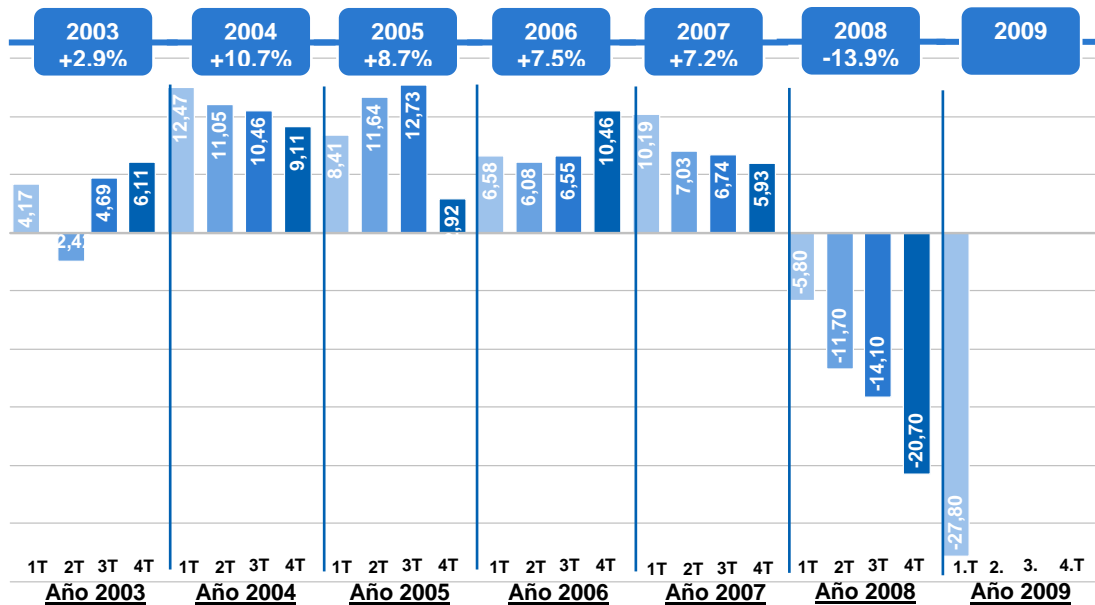
Primer trimestre 2009						
	Crecimiento		% Crec. 09/08	Cuota		Diferen Cuota
	2008	2009		2008	2009	
Televisión	825,8	604,8	-26,8	48,9	49,6	0,7
Prensa	400,8	275,8	-31,2	23,7	22,6	-1,1
Revistas	136,7	89	-34,9	8,1	7,3	-0,8
Radio	148,3	118,9	-19,8	8,8	9,7	1,0
Exterior	104	70,4	-32,3	6,2	5,8	-0,4
Dominicales	24,8	15	-39,5	1,5	1,2	-0,2
Internet (1)	41,2	42,1	2,2	2,4	3,5	1,0
Cine	8,5	3,7	-56,5	0,5	0,3	-0,2
TOTAL	1.690,1	1.219,7	-27,8	100,0	100,0	0,0

(1) Incluye: Banners, Robapáginas, Rascacielos, patrocinios o secciones fijas, layer y otros formatos despletables

Todos los trimestres de 2008 y este primero de 2009 han sufrido una reducción de la inversión que se ha ido acelerando trimestre a trimestre, en el primer trimestre de 2008 la inversión se redujo en un 5,8% y la aceleración sucesiva nos ha llevado a un descenso de la inversión en este primer trimestre del 27,8%.



Crecimiento de la inversión publicitaria por años y trimestres



Frente a la crisis el sector de Energía y Belleza e Higiene han incrementado tímidamente su presencia e inversión publicitaria, por el contrario Automoción, Moda y Complementos, Cultura y Deporte, Hogar, Decoración y Servicios Privados reducen su inversión más del 40%.

Para los próximos trimestres de 2009 se espera una desaceleración de la caída de la inversión aunque el indicador seguirá siendo negativo.