



Índice Inversión Publicitaria, Enero-Septiembre 2020

Informe básico

- **La inversión publicitaria durante los nueve primeros meses del 2020 ha retrocedido un 27,2% en relación al mismo periodo del año anterior alcanzando la cifra de 2.323,9 millones de euros, frente a los 3.193,4 millones de 2019**
 - En el primer trimestre la inversión publicitaria retrocedió un 12,8%, en el segundo trimestre (meses del confinamiento) la inversión publicitaria retrocedió un 50,4% y en el tercer trimestre el retroceso ha sido del 11,2%
- **Televisión: desciende un 24,5%, alcanzando la cifra de 1.061,9 millones de euros, representando el 45,7% del mercado. Un aumento de casi dos puntos de participación.**
 - Los dos principales grupos privados de televisión representan el 83,6% de la inversión en televisión.
 - Mediaset, consigue 454,7 millones de euros frente a 606,0 millones del mismo periodo del año anterior, reportando una caída del 25,0%
 - Atresmedia, alcanza los 432,9 millones de euros frente a los 582,9 millones del mismo periodo del año anterior, un descenso del 25,8%
- **Los medios digitales, son el segundo medio en importancia, retroceden un 15,4%, consiguiendo 428,8 millones de euros y un 18,5% de participación de mercado. Un aumento de 2,6 puntos de participación.**
- **Radio, es el tercer medio en inversión publicitaria, retrocede un 29,2%.**
 - Alcanza los 217,3 millones de euros frente a los 306,9 del mismo periodo del año anterior
- **Prensa, retrocede un 36,8% hasta alcanzar los 192,6 millones de euros.**
- **Exterior, cae un 53,0%, hasta llegar a 126,2 millones de euros**
- **Revistas alcanza los 61,6 millones de euros, representa un retroceso del 41,6%**
- **Dominicales retroceden un 51,8%, mientras el cine decrece un 61,6%**
- **Por su parte las redes sociales disminuye la inversión publicitaria un 14,6%, hasta alcanzar los 219,5 millones.**

La inversión publicitaria de enero-septiembre retrocede un 27,2%

Decrecen todos los medios

Aumentan participación de mercado los medios digitales, las redes sociales y la televisión

INVERSIÓN PUBLICITARIA ENERO-SEPTIEMBRE 2020

	2019	2020	% Var	Cuota 2019	Cuota 2020	Diferencia Cuota
Televisión	1.406,6	1.061,9	-24,5	44,0	45,7	1,6
Prensa	304,9	192,6	-36,8	9,5	8,3	-1,3
Medios digitales sin RRSS	507,0	428,8	-15,4	15,9	18,5	2,6
Radio	306,9	217,3	-29,2	9,6	9,4	-0,3
Exterior	268,5	126,2	-53,0	8,4	5,4	-3,0
Revistas	105,5	61,6	-41,6	3,3	2,7	-0,7
Dominicales	16,8	8,1	-51,8	0,5	0,3	-0,2
Cine	20,3	7,8	-61,6	0,6	0,3	-0,3
Total sin RRSS	2.936,5	2.104,4	-28,3	92,0	90,6	-1,4
RRSS	256,9	219,5	-14,6	8,0	9,4	1,4
Total con RRSS	3.193,4	2.323,9	-27,2	100,0	100,0	