



ESTUDIO INFOADEX

DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA
EN ESPAÑA 2016

INFOADEX
INFORMACIÓN ÚTIL

Estudio InfoAdex de la Inversión Publicitaria en España 2016

Presentación

Patricia Sánchez Eguinoa

Directora general de InfoAdex

Virginia Sánchez Eguinoa

Directora comercial de InfoAdex

Pedro Villa González

Director de procesos y sistemas de InfoAdex

Coloquio

Presidencia y cierre del acto de presentación

Manuel Campo Vidal

Presidente de la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión



Estudio InfoAdex de la Inversión Publicitaria en España 2016

Comité técnico del estudio:



A E A C P

Asociación Española de Agencias
de Comunicación Publicitaria

anunciantes
Comunicar para crear valor



a{M}pe

asociación
de medios
publicitarios
de españa


Conecta
Asociación Canales Temáticos

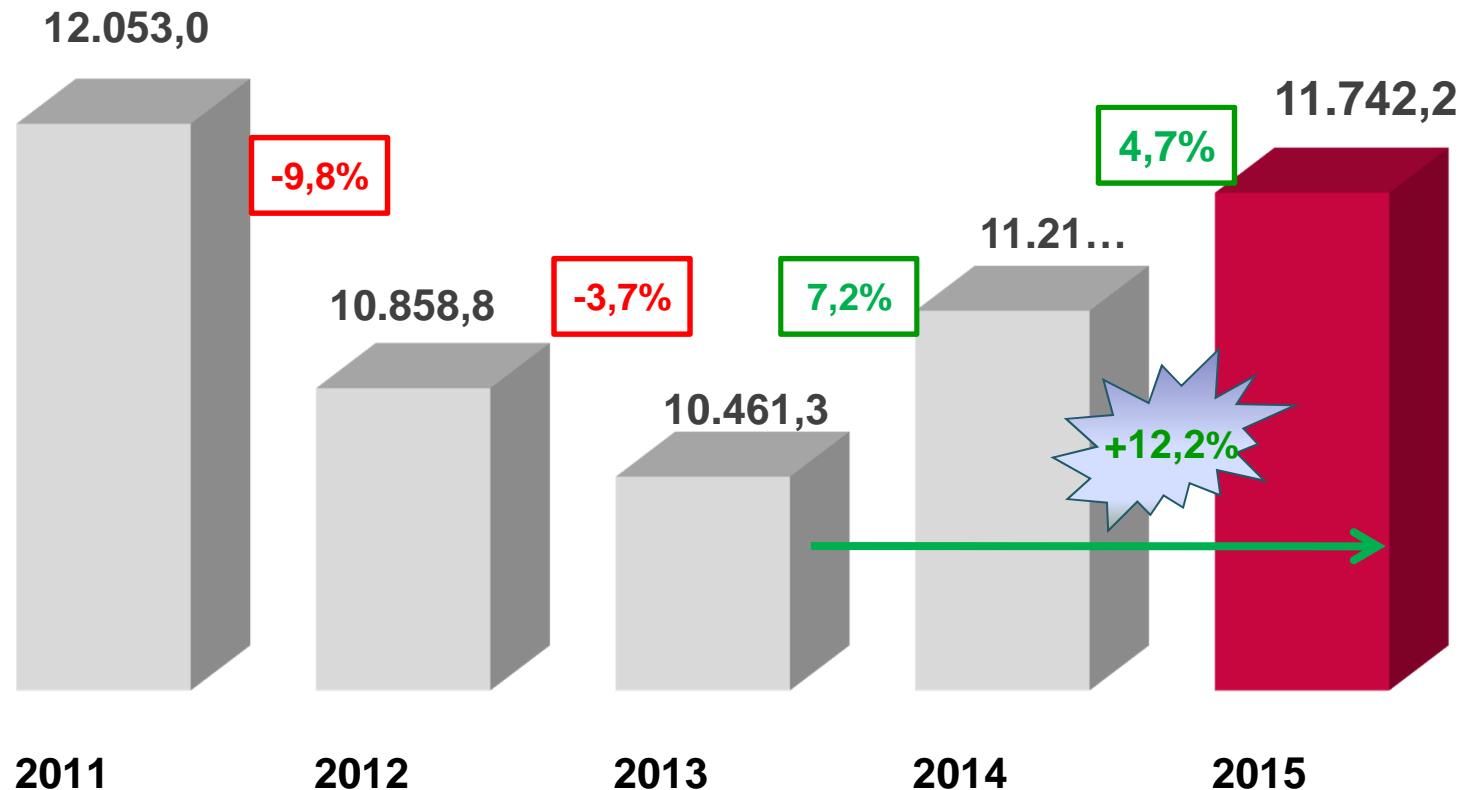



MMA
SPAIN



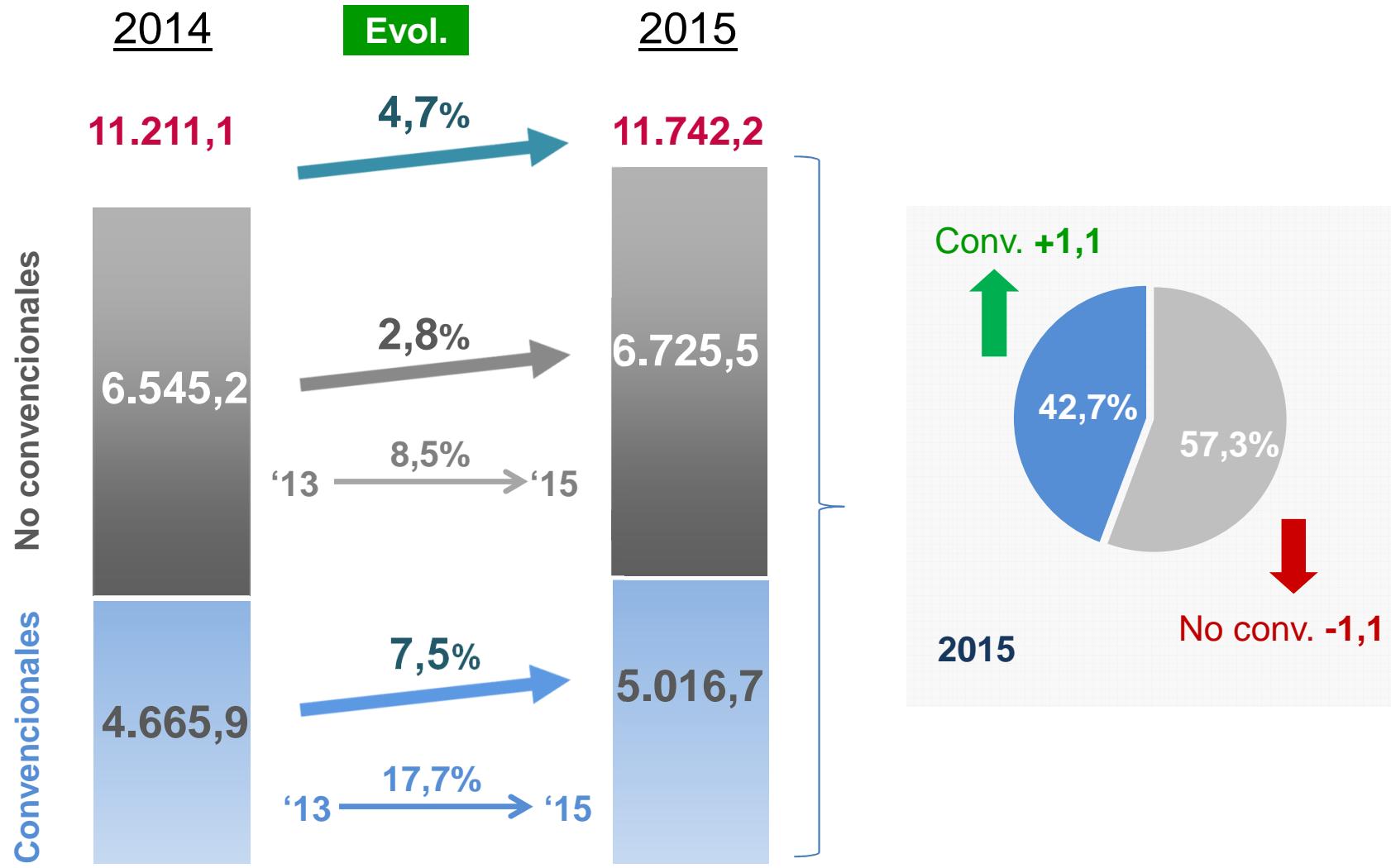


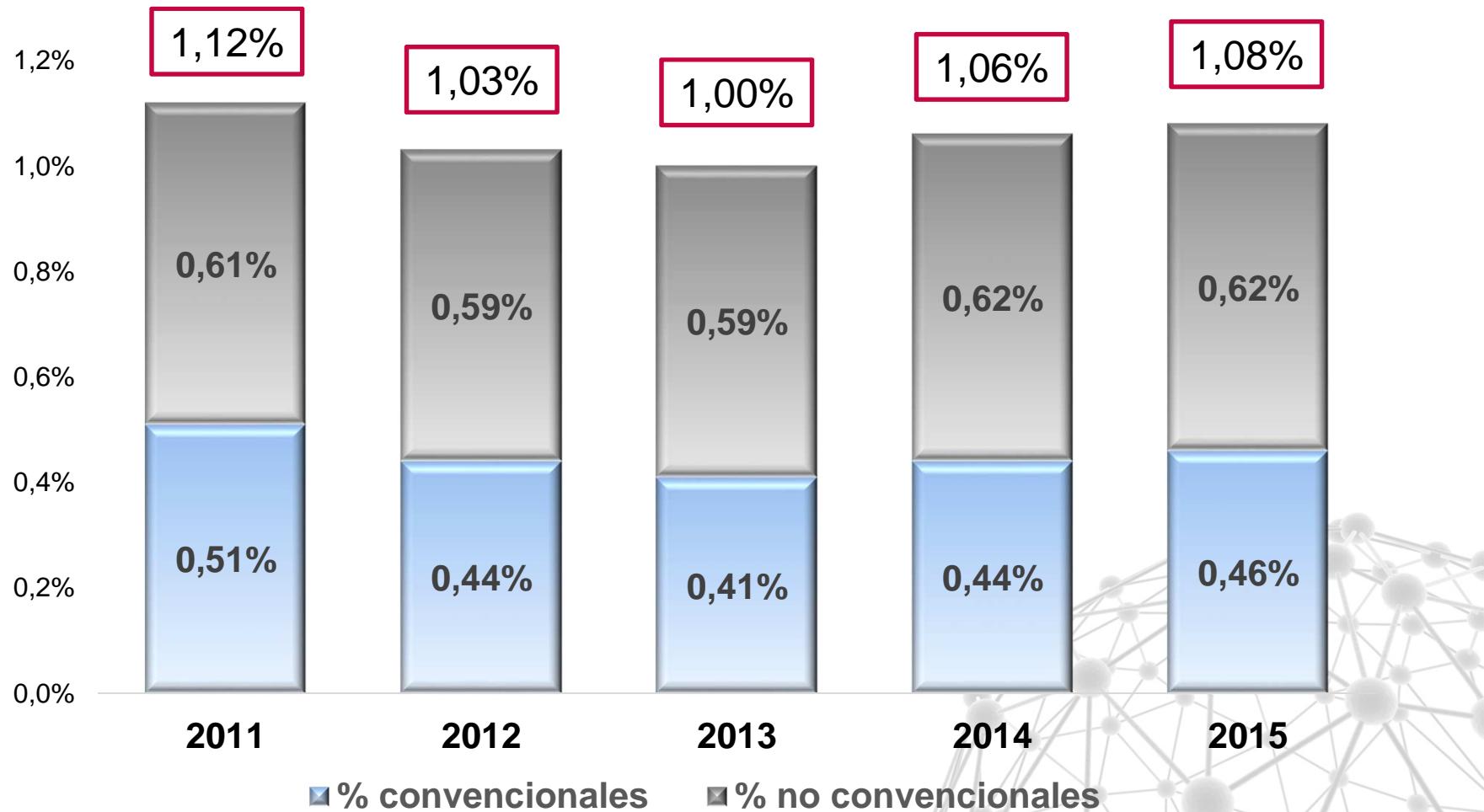
Inversión real estimada



**La inversión publicitaria total
ha crecido un 4,7% en 2015**

Datos en mill. €





La participación sobre el PIB crece 8 centésimas frente a la de 2013



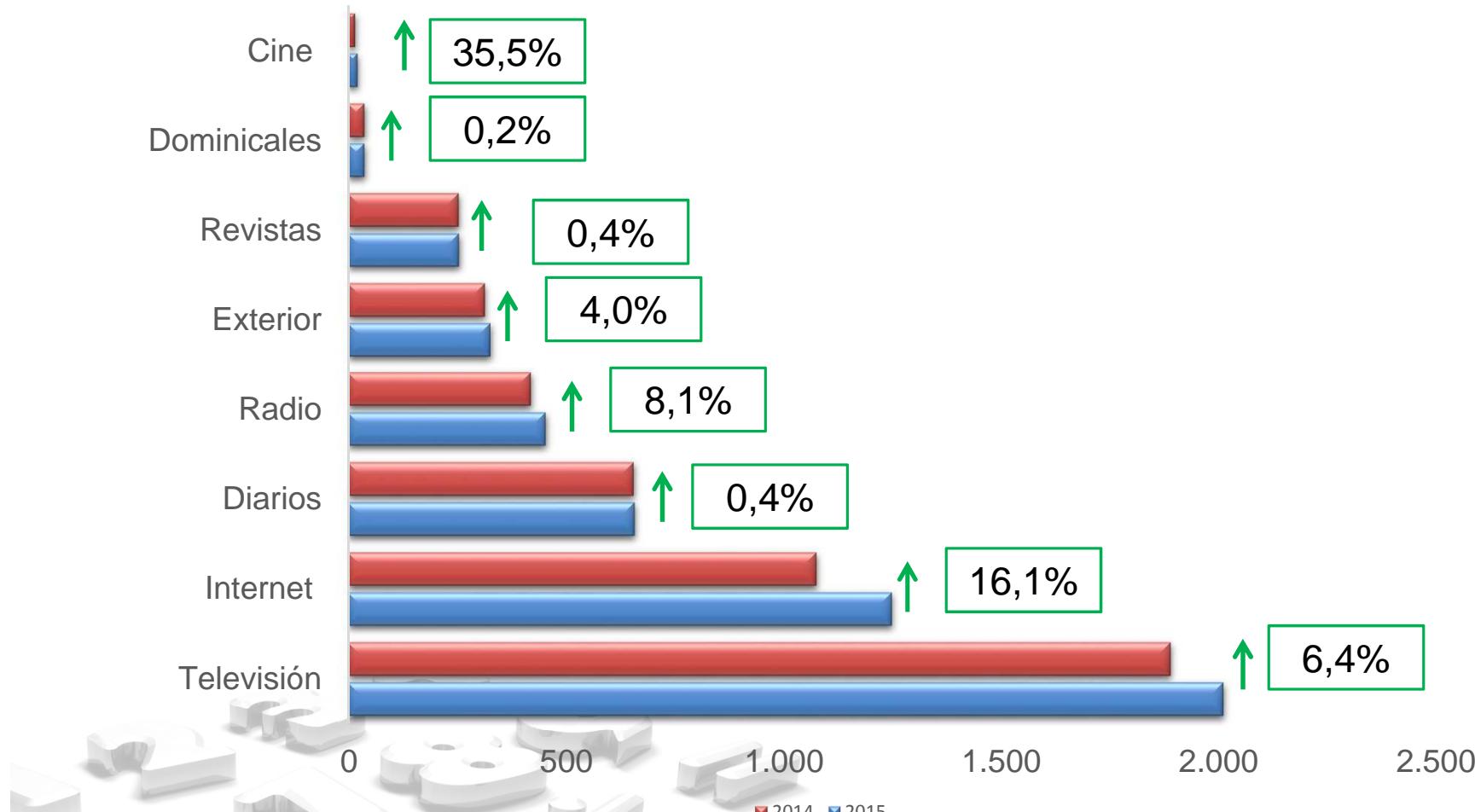
Inversión real estimada 2015/medios convencionales

Medios convencionales	2014	2015	%15/14
Cine (1)	16,2	22,0	35,5
Diarios	656,3	658,9	0,4
Dominicales	37,7	37,8	0,2
Exterior	314,7	327,4	4,0
Internet (2)	1.076,2	1.249,8	16,1
Radio	420,2	454,4	8,1
Revistas	254,2	255,2	0,4
Televisión	1.890,4	2.011,3	6,4
TV. nacionales en abierto	1.701,1	1.805,1	6,1
TV. autonómicas	128,7	132,3	2,8
Canales de pago	59,3	71,9	21,2
TV. locales	1,3	2,0	53,8
Total	4.665,9	5.016,7	7,5

(1) Se ha actualizado la cifra de 2014 debido a un cambio en la declaración de un exclusivista

(2) Se incluye la inversión de Internet fijo (a través de ordenador) y de Internet móvil (a través de cualquier dispositivo móvil). Se dispone de una primera estimación de enlaces patrocinados en móvil de 37,6 mills para 2015 y 9,7 para 2014 (no incluidos en la tabla).

Datos en mill. €



Internet y Cine tienen los mayores crecimientos

Datos en mill. €



Inversión controlada 2015/medios no convencionales

Medios no convencionales	Inversión			Cuota	
	2014	2015	Evol.	2014	2015
Mailing personalizado	1.953,6	1.995,2	2,1%	29,8%	29,7%
P.L.V., merchandising, señalización y rótulos	1.390,4	1.521,4	9,4%	21,2%	22,6%
Marketing telefónico	1.336,7	1.350,1	1,0%	20,4%	20,1%
Buzoneo/folletos	569,2	518,6	-8,9%	8,7%	7,7%
Actos de patroc., mecenaz., mark. social y RSC	465,9	476,6	2,3%	7,1%	7,1%
Actos de patrocinio deportivo	325,9	355,0	8,9%	5,0%	5,3%
Anuarios, guías y directorios	145,5	146,2	0,5%	2,2%	2,2%
Ferias y exposiciones	69,2	79,9	15,6%	1,1%	1,2%
Animación punto de venta	71,8	69,9	-2,7%	1,1%	1,0%
Catálogos	50,5	53,3	5,5%	0,8%	0,8%
Regalos publicitarios off line	58,4	52,9	-9,5%	0,9%	0,8%
Mk móvil (mensajería, advergaming, apps,otros)	28,1	32,3	15,0%	0,4%	0,5%
Tarjetas de fidelización off line	32,9	29,9	-9,1%	0,5%	0,4%
Public. empresas: revistas, boletines, memorias	22,3	23,1	3,5%	0,3%	0,3%
Juegos promocionales off line	24,6	20,9	-15,1%	0,4%	0,3%
Total no convencionales	6.545,2	6.725,5	2,8%	100%	100%

Los 3 primeros no convencionales suponen el 72,4% y llevan encabezando el ranking desde 2008

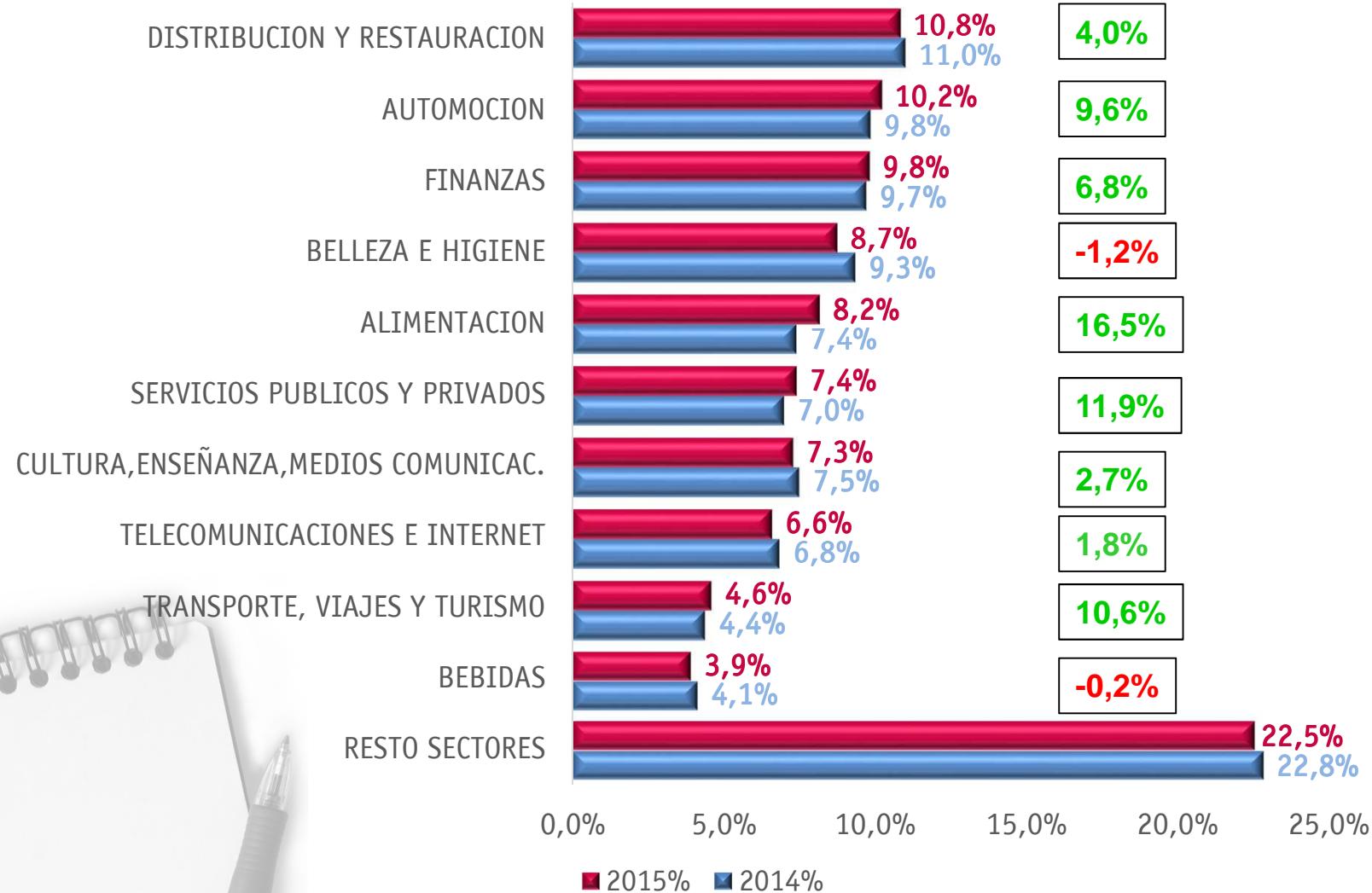
Datos en mill. €



Inversión controlada



Inversión controlada 2015/inversión en por sectores en %



Los 10 primeros sectores representan el 77,5% del total inversión.



Inversión controlada 2015/ranking de grupos de anunciantes

10 1º grupos de anunciantes	2014	2015	% incr.
GRUPO EL CORTE INGLES	125,1	126,1	0,8%
PROCTER & GAMBLE ESPAÑA, S.A.	108,3	99,5	-8,2%
GRUPO VOLKSWAGEN	85,9	89,0	3,6%
L'OREAL ESPAÑA, S.A.	70,8	67,4	-4,8%
VODAFONE ESPAÑA, S.A.	66,3	63,9	-3,6%
GRUPO BANKINTER	57,0	56,9	-0,2%
GRUPO TELEFONICA	57,2	53,2	-7,0%
GRUPO ONCE	48,3	52,4	8,4%
RECKITT BENCKISER	53,8	52,4	-2,7%
GRUPO DANONE	45,1	49,1	9,1%
	717,7	709,8	-1,1%



P&G

Volkswagen-Audi España, S.A.

L'ORÉAL

vodafone

bankinter.

Telefónica

ONCE

Reckitt Benckiser

DANONE

Datos en mill. €



EL CORTE INGLES - Inversión controlada 2015/ranking de grupos anunciantes



Inversión controlada 2015/ranking de anunciantes

P&G



L'ORÉAL



TOP 20 ANUNCIANTES	Inversión			Cuota	
	2014	2015	Evol.	2014	2015
PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,S.A.	108,3	99,5	-8,2%	2,8%	2,5%
EL CORTE INGLES, S.A.	76,4	80,4	5,2%	2,0%	2,0%
L'OREAL ESPAÑA, S.A.	70,8	67,4	-4,8%	1,9%	1,7%
VOLKSWAGEN-AUDI ESPAÑA,S.A.	59,1	59,9	1,3%	1,6%	1,5%
LINEA DIRECTA ASEGURADORA,S.A.	50,7	54,2	6,9%	1,3%	1,3%
VODAFONE ESPAÑA, S.A.U.	52,2	52,4	0,5%	1,4%	1,3%
RECKITT BENCKISER ESPAÑA, S.L.	53,8	52,4	-2,7%	1,4%	1,3%
ORGANIZACION NACIONAL CIEGOS ESPAÑ.	47,9	50,3	5,1%	1,3%	1,2%
DANONE,S.A.	38,5	42,7	11,0%	1,0%	1,1%
TELEFONICA,S.A.U.	44,8	42,3	-5,5%	1,2%	1,0%
ORANGE ESPAGNE, S.A.	38,3	40,7	6,5%	1,0%	1,0%
ING DIRECT,N.V.,SUCURSAL EN ESPAÑA	35,7	33,0	-7,5%	0,9%	0,8%
UNILEVER ESPAÑA,S.A.	31,8	33,0	3,7%	0,8%	0,8%
BANCO SANTANDER,S.A.	25,4	32,5	27,9%	0,7%	0,8%
VIAJES EL CORTE INGLES,S.A.	32,8	32,5	-0,8%	0,9%	0,8%
NESTLE ESPAÑA,S.A.	24,4	31,8	30,4%	0,6%	0,8%
RENAULT ESPAÑA COMERCIAL,S.A.	29,2	31,3	7,2%	0,8%	0,8%
JAZZTEL TELECOM, S.A.	28,1	29,5	4,8%	0,7%	0,7%
SEAT,S.A.	26,6	28,9	8,7%	0,7%	0,7%
CIA.SERV.BEB.REFREC.SL(COCA COLA)	23,0	28,6	24,1%	0,6%	0,7%
TOTAL 20 1ºS ANUNCIANTES	897,9	923,4	2,8%	23,6%	22,9%

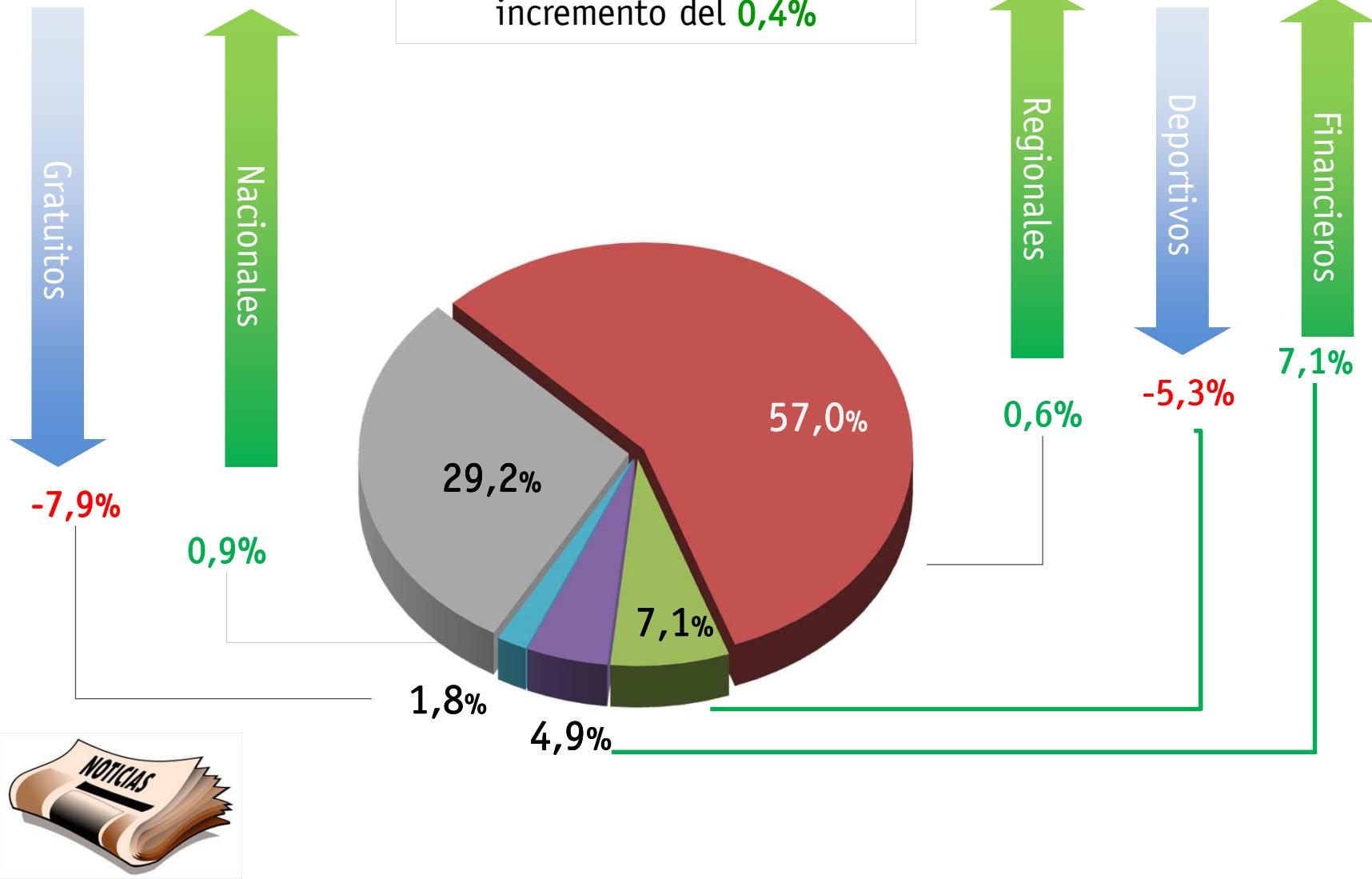
Datos en mill. €



Diarios



Diarios ha tenido en 2015 un incremento del **0,4%**

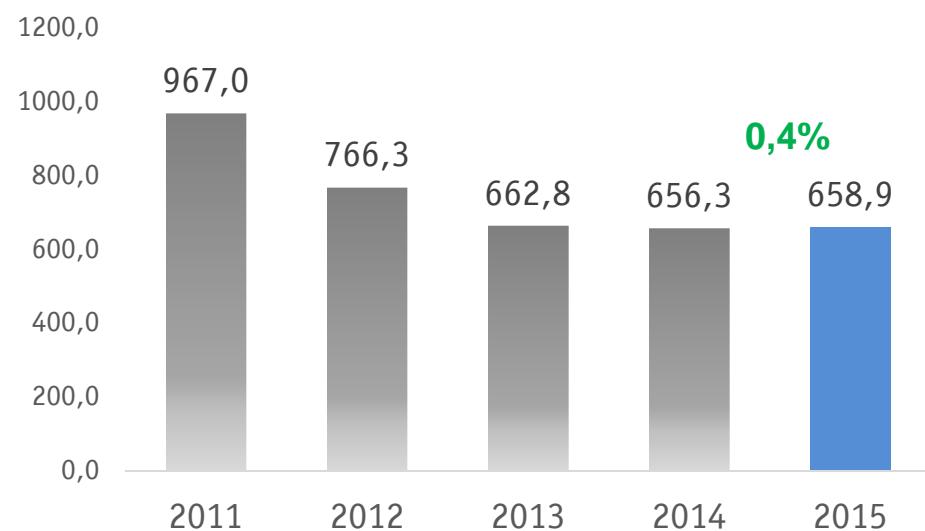


10 PRIMEROS ANUNCIANTES	Inversión (mill)	%	Número anuncios	%	Ocupación (pág.)	%
VIAJES EL CORTE INGLES,S.A.	19,4	3,0%	7.442	0,8%	5.721	1,2%
EL CORTE INGLES, S.A.	11,8	1,8%	4.403	0,5%	4.055	0,9%
LINEA DIRECTA ASEGURADORA,S.A.	10,5	1,6%	4.523	0,5%	4.166	0,9%
VOLKSWAGEN-AUDI ESPAÑA,S.A.	6,2	0,9%	5.417	0,6%	2.369	0,5%
NAUTALIA VIAJES, S.L.	5,5	0,8%	2.045	0,2%	1.920	0,4%
LOGITRAVEL, S.L.	5,3	0,8%	2.338	0,3%	1.215	0,3%
TELEFONICA,S.A.U.	4,7	0,7%	2.861	0,3%	1.650	0,4%
ENDESA, S.A.	4,4	0,7%	3.520	0,4%	1.754	0,4%
CAIXABANK, S.A.	4,4	0,7%	3.337	0,4%	2.312	0,5%
ARRIAGA ASOC.ASESOR.JURID.ECONOM.SL	4,2	0,6%	2.532	0,3%	1.352	0,3%
Total 10 1ºS Anunciantes	76,5	11,6%	38.417	4,2%	26.513	5,7%
Total Diarios	658,9	100,0%	922.641	100,0%	464.075	100,0%

- Los 10 primeros Anunciantes suponen:
 - 11,6% de la inversión
 - 4,2% del total numero de anuncios
 - 5,7% de la ocupación

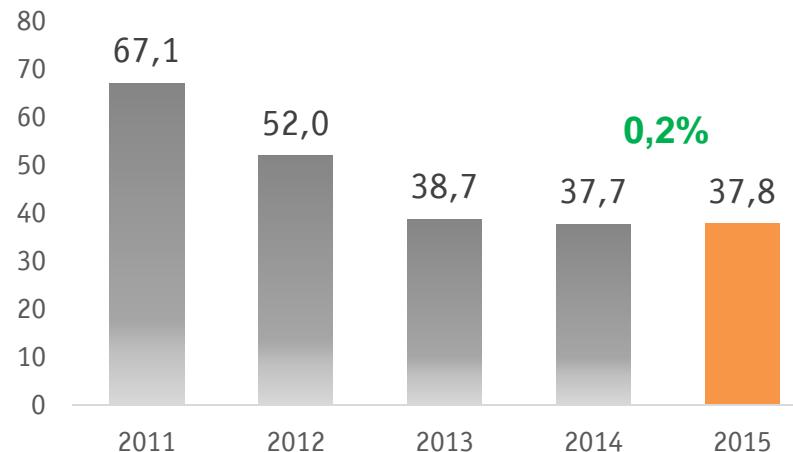


Datos en mill. €

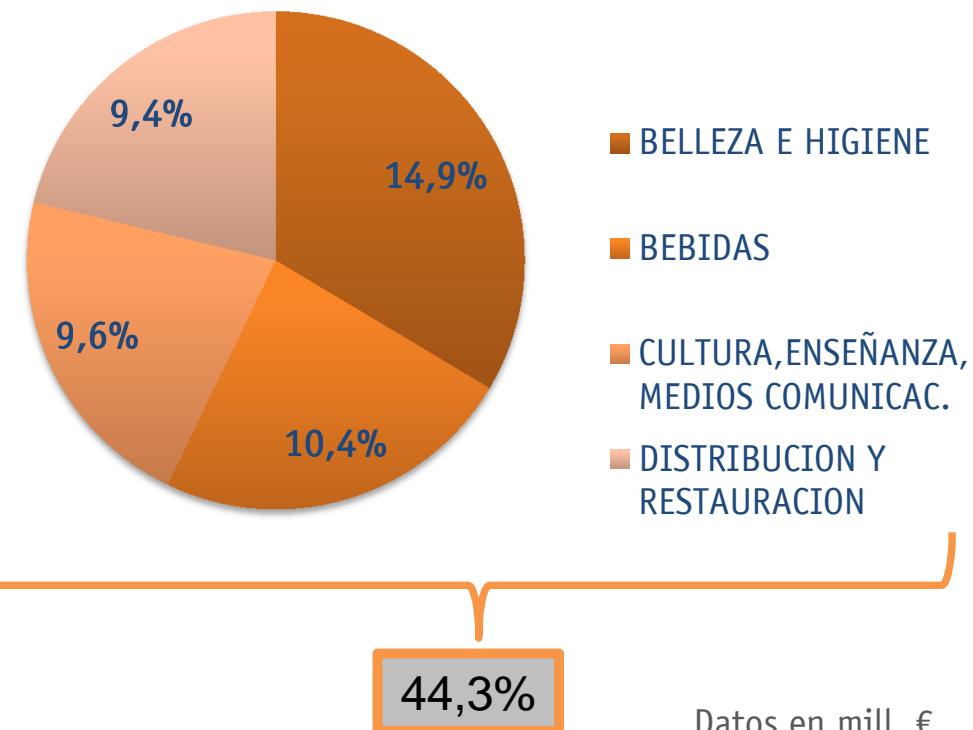


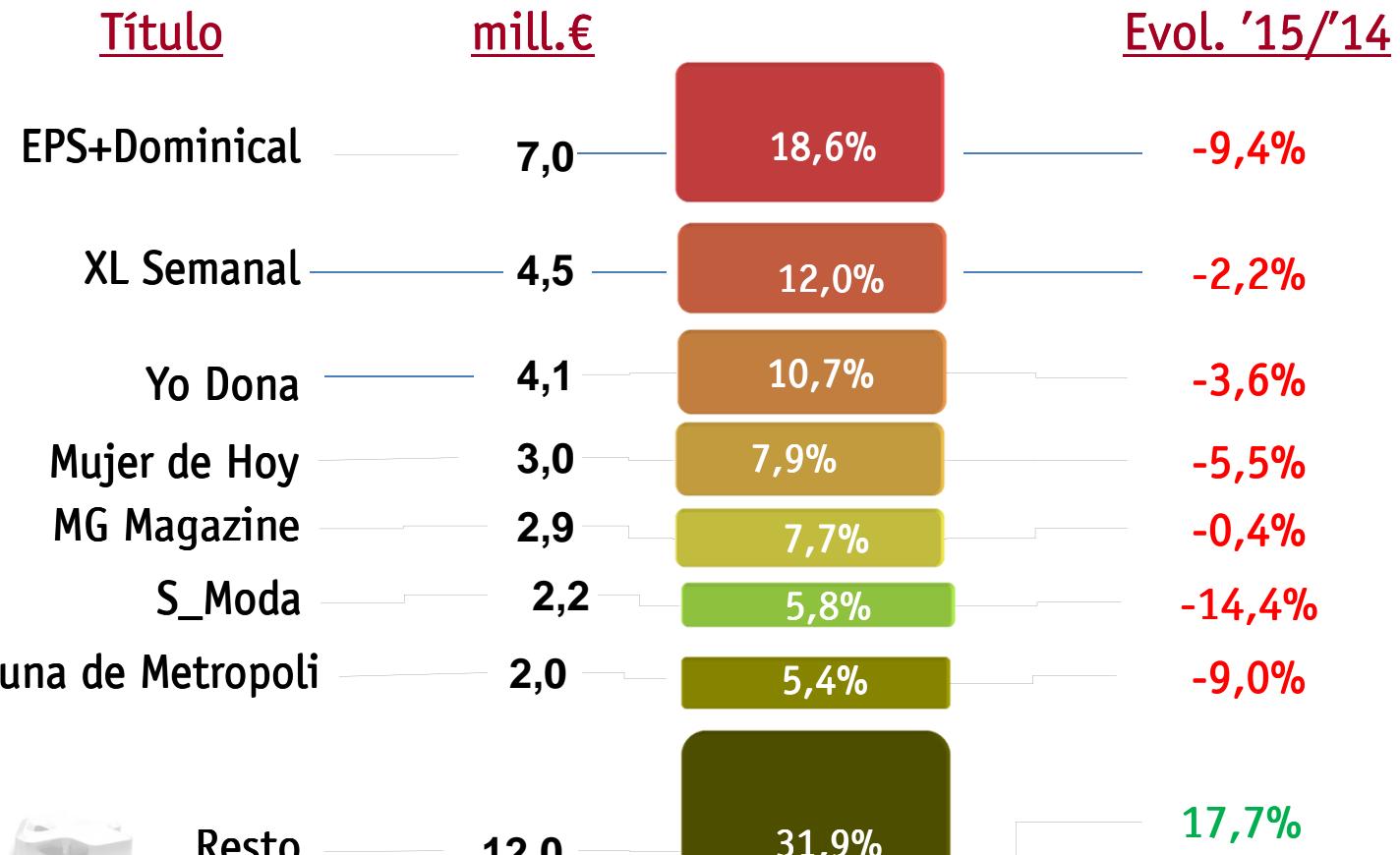


Dominicales

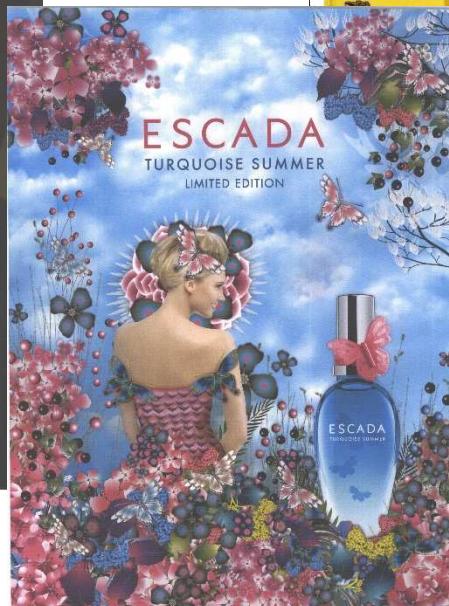
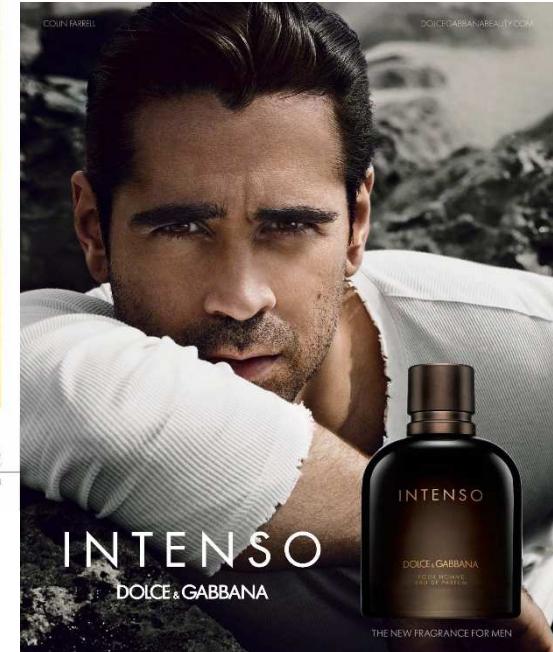


- El sector belleza e higiene sigue encabezando en ranking con **5,6 millones de €**; un **-8,1%** menos que en 2014.
- Bebidas, segundo sector por volumen de inversión crece un **13,1%** y supone el **10,4%**.



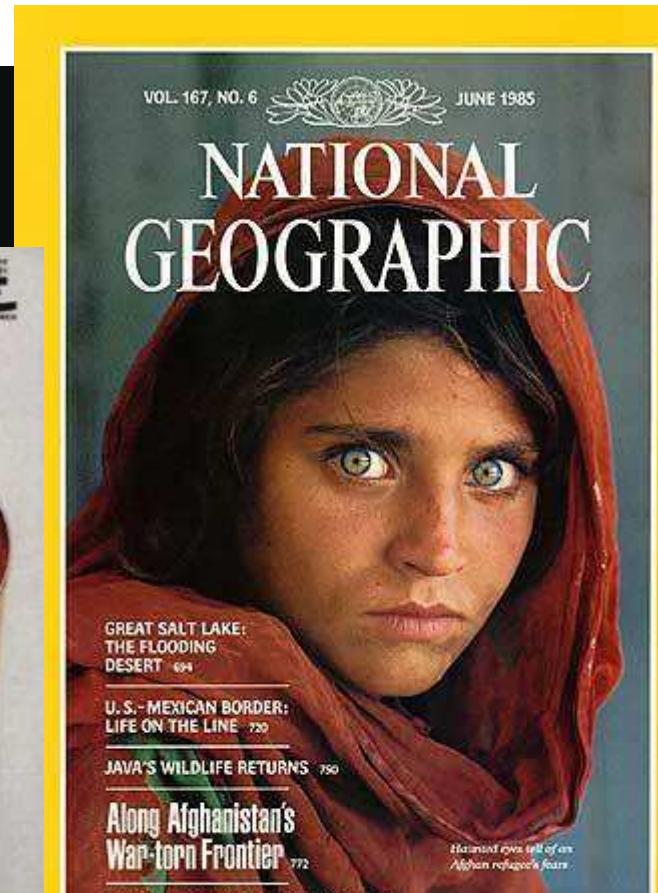
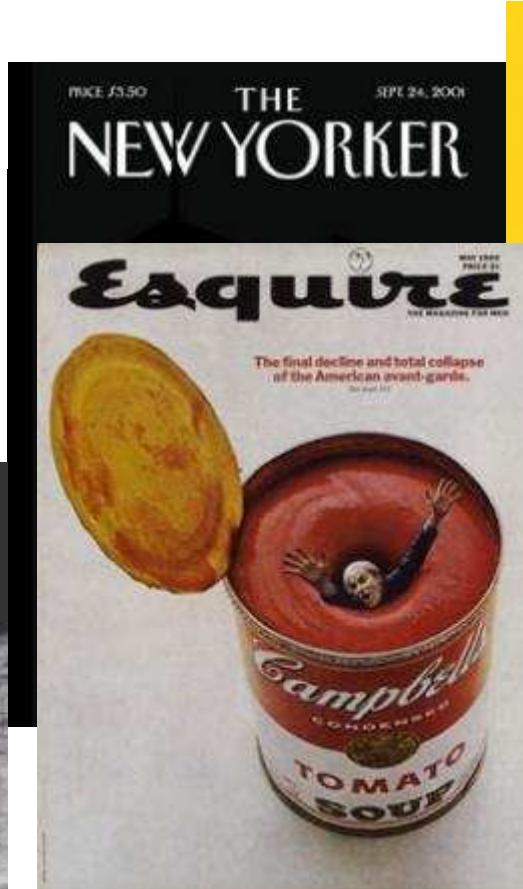


EL País Semanal y El Cultural de El Mundo crecen el 10,4% y el 14,4%

LACOSTE 

5 PRIMEROS ANUNCIANTES	2015	% sb total
PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,S.A.	1,6	4,2%
EL CORTE INGLES, S.A.	1,2	3,1%
L OREAL ESPAÑA, S.A.	0,9	2,5%
ARRIAGA ASOC.ASESOR.JURID.ECONOM.SL	0,7	1,8%
VIAJES EL CORTE INGLES,S.A.	0,6	1,6%
TOTAL 5 1ºS ANUNCIANTES	4,9	13,1%

Datos en mill. €



Revistas

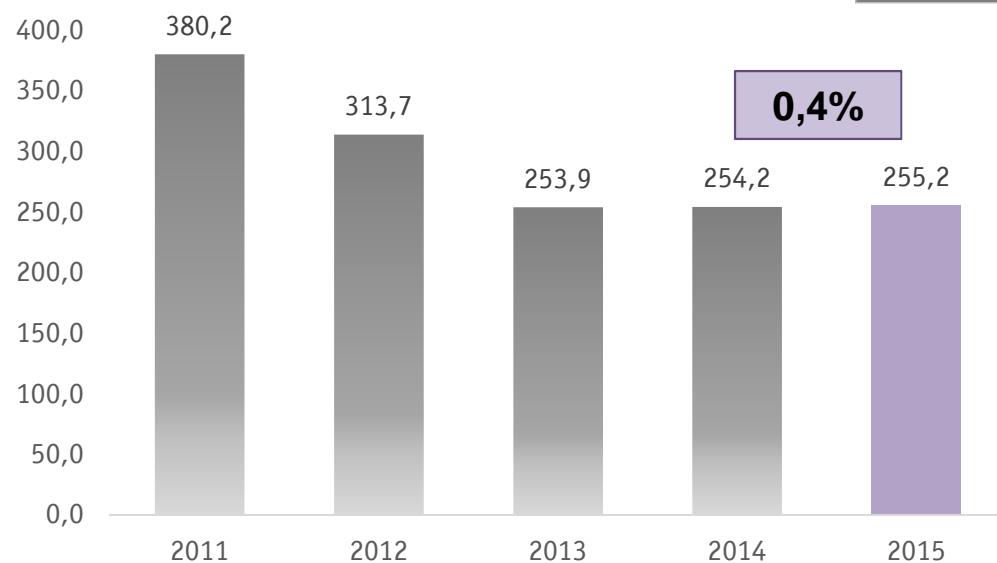
Revistas 2015/análisis por clase de soporte

Resto
Clases
Soporte

19,8%



80,2%



CLASE DE SOPORTE	Inv. 2015	% total rev.
FEMENINAS	65,0	25,5%
REVISTAS DEL CORAZON	44,9	17,6%
AUTOMOVILISMO	21,7	8,5%
DECORACION-DISEÑO-MUEBLES	17,4	6,8%
MASCULINAS	13,7	5,4%
MOTOS	10,0	3,9%
DEPORTIVAS, CAZA Y PESCA	9,7	3,8%
VIAJES Y TURISMO	9,0	3,5%
MATERNIDAD	6,9	2,7%
INFORMACION GENERAL	6,3	2,5%
RESTO CLASES DE SOPORTE	50,6	19,8%
TOTAL REVISTAS	255,2	100,0%



Datos en mill. €

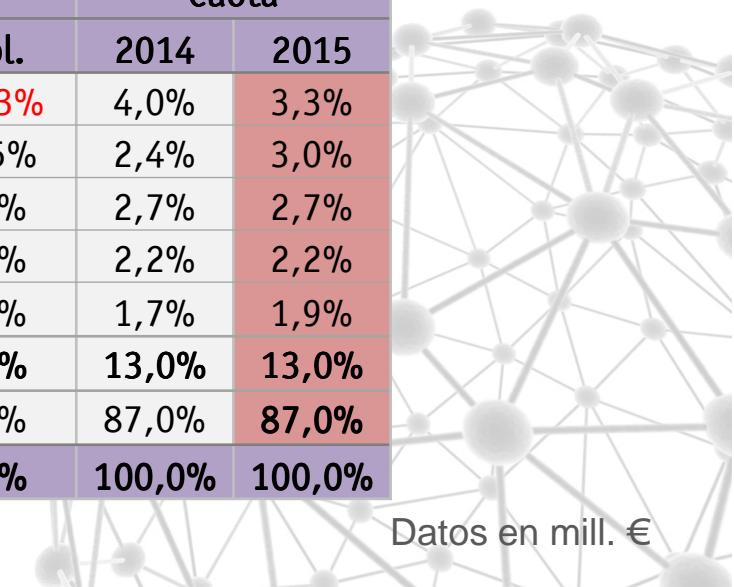
Revistas 2015/análisis primeros soportes y anunciantes

	Inversión		Cuota
TOP 5 SOPORTES	2014	2015	2015
HOLA	14,8	15,3	6,0%
VOGUE ESPAÑA	11,9	12,7	5,0%
TELVA	10,2	11,3	4,4%
ELLE	10,8	10,5	4,1%
GLAMOUR	6,9	6,4	2,5%
SUBTOTAL	54,6	56,1	22,0%
RESTO SOPORTES	199,6	199,1	78,0%
TOTAL MERCADO	254,2	255,2	100,0%

- Las 5 primeras revistas suponen el **22,0%** del total medio
- Los 5 primeros anunciantes suponen el **13,0%** del total

TOP 5 ANUNCIANTES	Inversión			Cuota	
	2014	2015	Evol.	2014	2015
PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,S.A.	10,2	8,3	-18,3%	4,0%	3,3%
EL CORTE INGLES, S.A.	6,2	7,6	23,5%	2,4%	3,0%
L'OREAL ESPAÑA, S.A.	6,8	7,0	2,3%	2,7%	2,7%
ESTEE LAUDER,S.A.	5,6	5,6	1,1%	2,2%	2,2%
VOLKSWAGEN-AUDI ESPAÑA,S.A.	4,4	4,7	8,1%	1,7%	1,9%
SUBTOTAL	33,1	33,3	0,5%	13,0%	13,0%
RESTO ANUNCIANTES	221,1	221,9	0,4%	87,0%	87,0%
TOTAL MERCADO	254,2	255,2	0,4%	100,0%	100,0%

Datos en mill. €

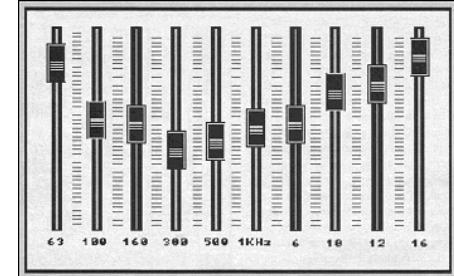
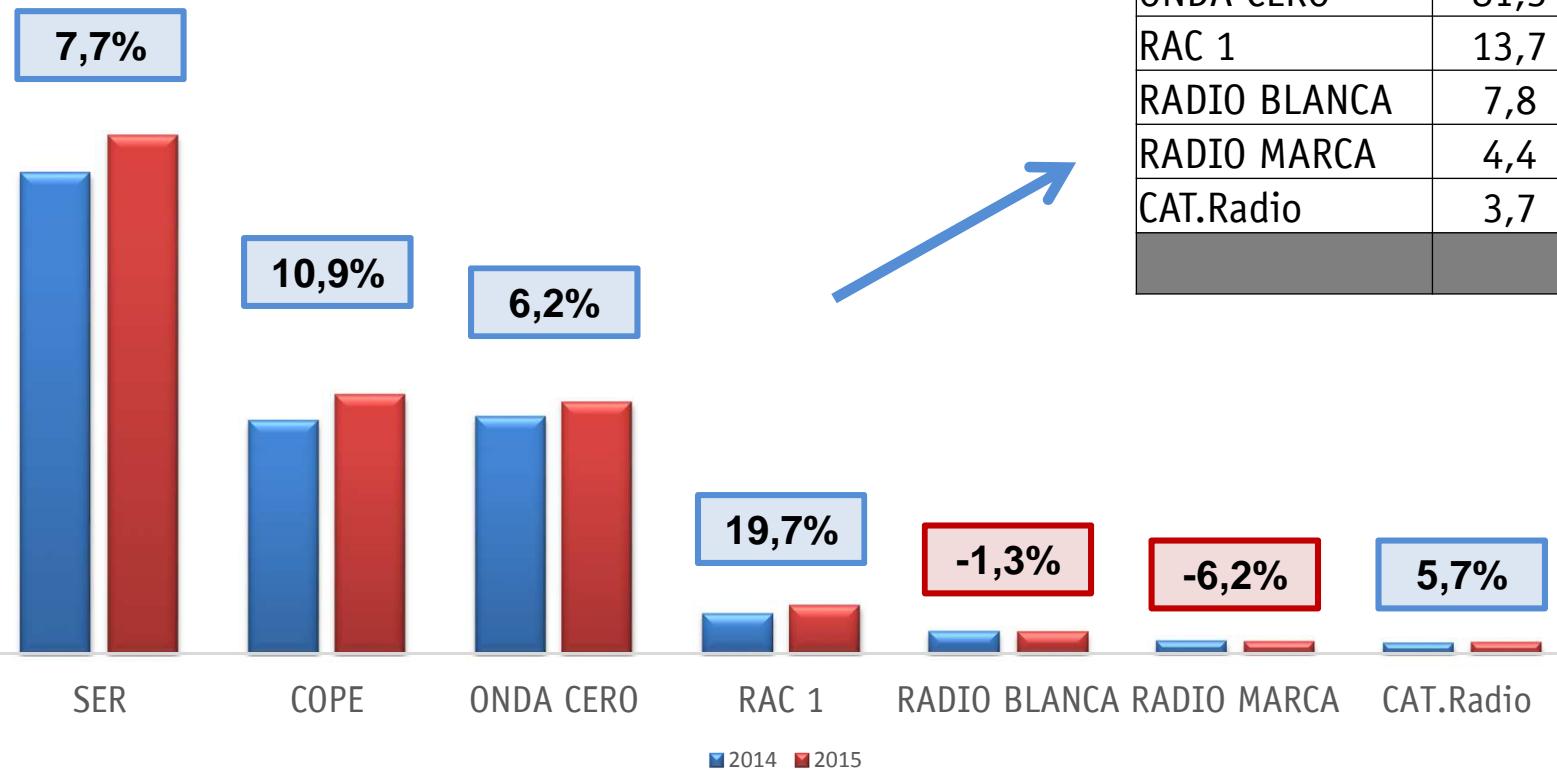
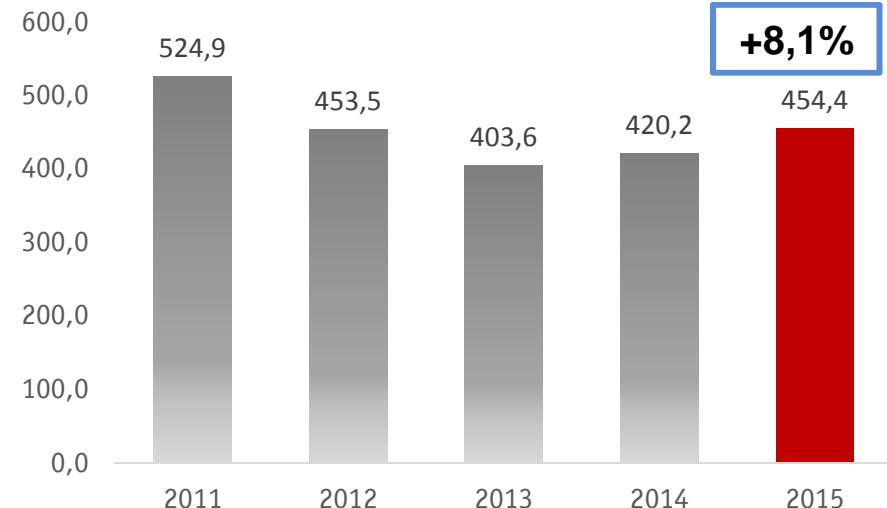




Radio

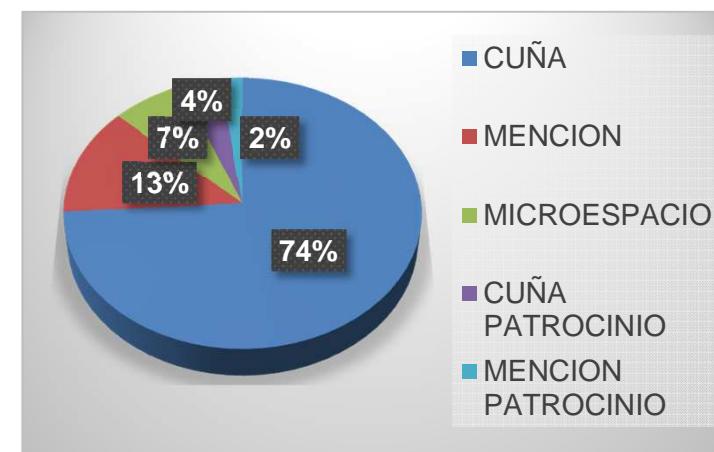
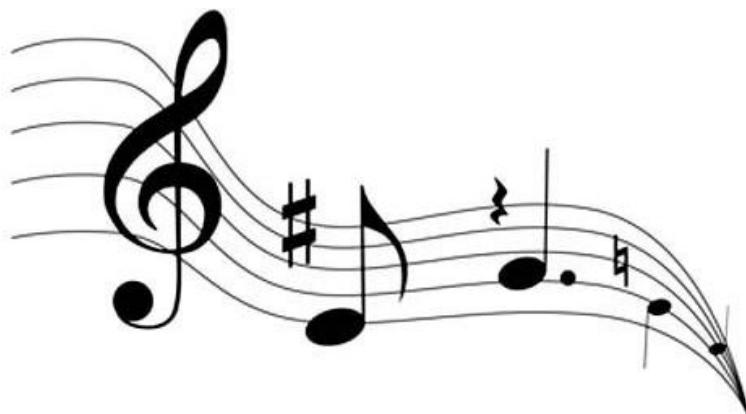


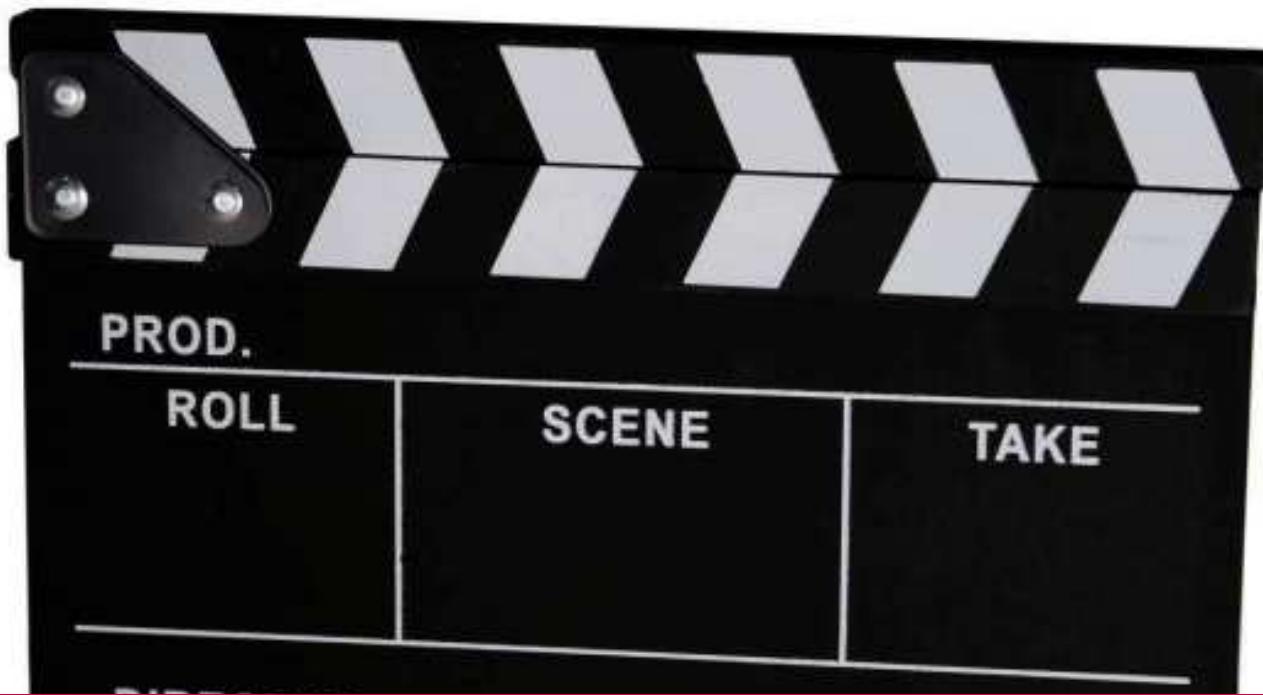
Radio 2015/distribución por grupos



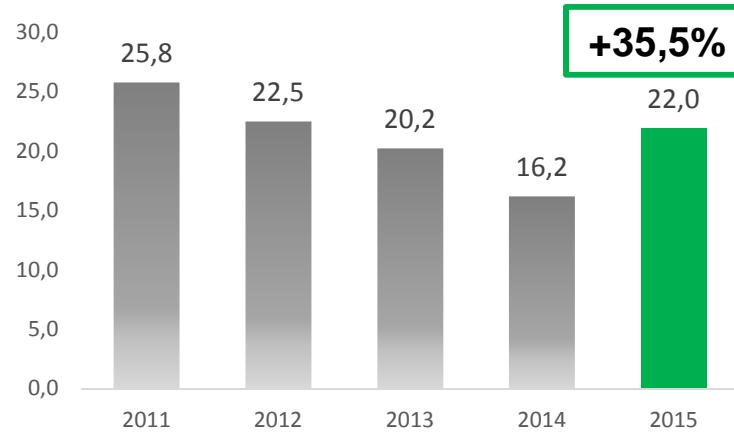
Radio 2015/análisis por sectores y formatos

	Inversión			Cuota	
	2014	2015	Evol.	2014	2015
TOP 10 ANUNCIANTES					
ORGANIZACION NACIONAL CIEGOS ESPAÑ.	26,6	28,1	6,0%	7,5%	7,3%
LINEA DIRECTA ASEGURADORA,S.A.	13,7	17,6	28,8%	3,9%	4,6%
EL CORTE INGLES, S.A.	16,6	15,6	-5,5%	4,7%	4,1%
DIRECCION GENERAL DE TRAFICO	9,9	9,7	-2,3%	2,8%	2,5%
VIAJES EL CORTE INGLES,S.A.	10,0	8,0	-19,6%	2,8%	2,1%
VERTI ASEGURADORA,CIA.SEG.REASEG.SA	12,4	7,9	-36,2%	3,5%	2,0%
ING DIRECT,N.V.,SUCURSAL EN ESPAÑA	8,8	7,8	-11,0%	2,5%	2,0%
VOLKSWAGEN-AUDI ESPAÑA,S.A.	5,4	6,9	29,2%	1,5%	1,8%
BANCO SANTANDER,S.A.	3,8	6,2	61,5%	1,1%	1,6%
AUTOMOVILES CITROEN ESPAÑA,S.A.	5,4	5,7	4,4%	1,5%	1,5%
SUBTOTAL	112,6	113,3	0,6%	31,6%	29,4%
RESTO ANUNCIANTES	243,4	271,7	11,4%	68,4%	70,6%
TOTAL MERCADO	356,0	385,0	8,1%	100,0%	100,0%





Cine



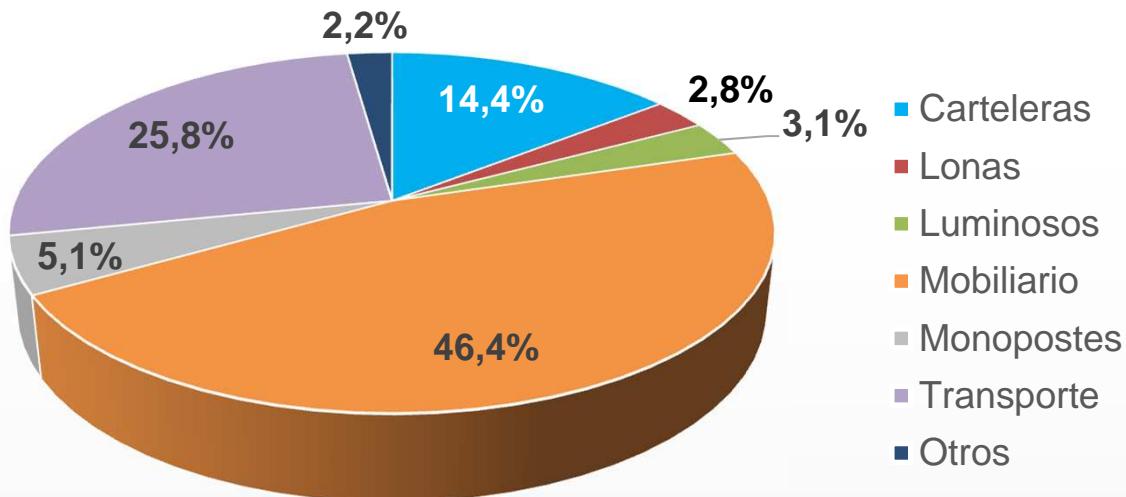
RK	10 PRIMEROS ANUNCIANTES	Inversión	% vs Tot.
1	SDAD.ESTATAL LOTERIAS APUEST.ESTADO	1,8	8,1%
2	TELEFONICA,S.A.U.	1,5	6,9%
3	BMW IBERICA,S.A.	1,3	5,9%
4	CAMPOFRIO ALIMENTACION, S.A.	1,1	5,0%
5	VODAFONE ESPAÑA, S.A.U.	1,0	4,4%
6	CIA.SERV.BEB.REFREC.SL(COCA COLA)	0,8	3,9%
7	VOLKSWAGEN-AUDI ESPAÑA,S.A.	0,8	3,6%
8	BANCO SANTANDER,S.A.	0,8	3,4%
9	RENAULT ESPAÑA COMERCIAL,S.A.	0,6	2,9%
10	PELAYO MUTUA DE SEGUROS Y REASEGURO	0,6	2,8%
TOTAL 10 PRIMEROS ANUNCIANTES		10,3	46,9%
TOTAL CINE		21,9	100,0%

Datos en mill. €

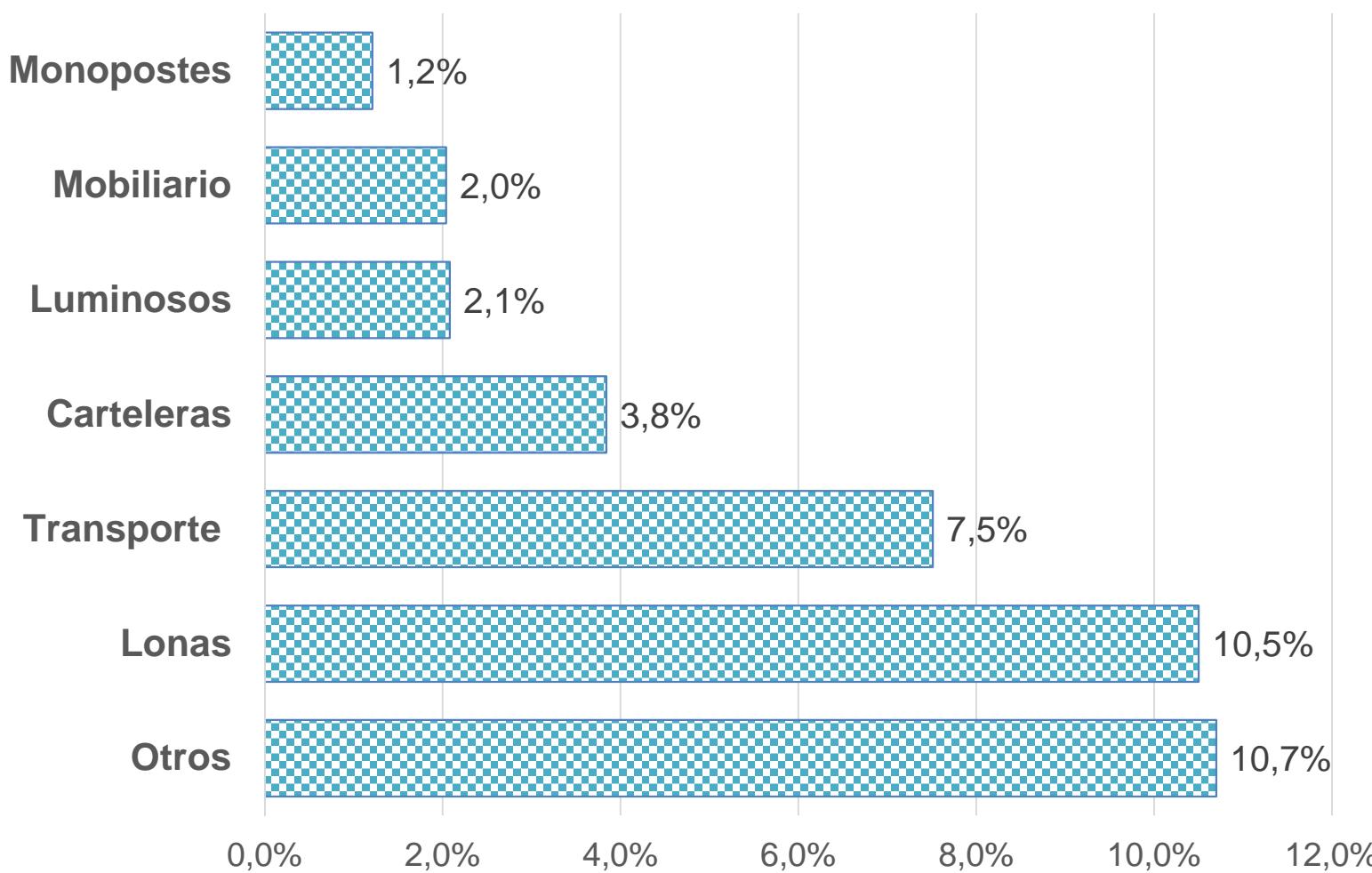


Exterior





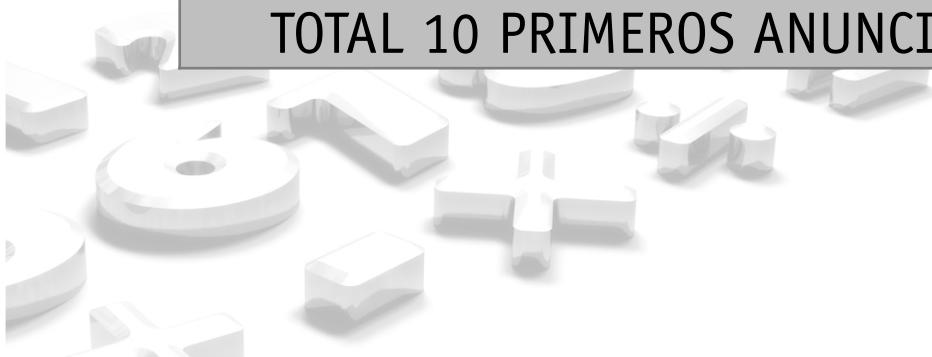
Evolución total medio 2014/2015: +4,0%





Exterior 2015/ranking 10 primeros anunciantes

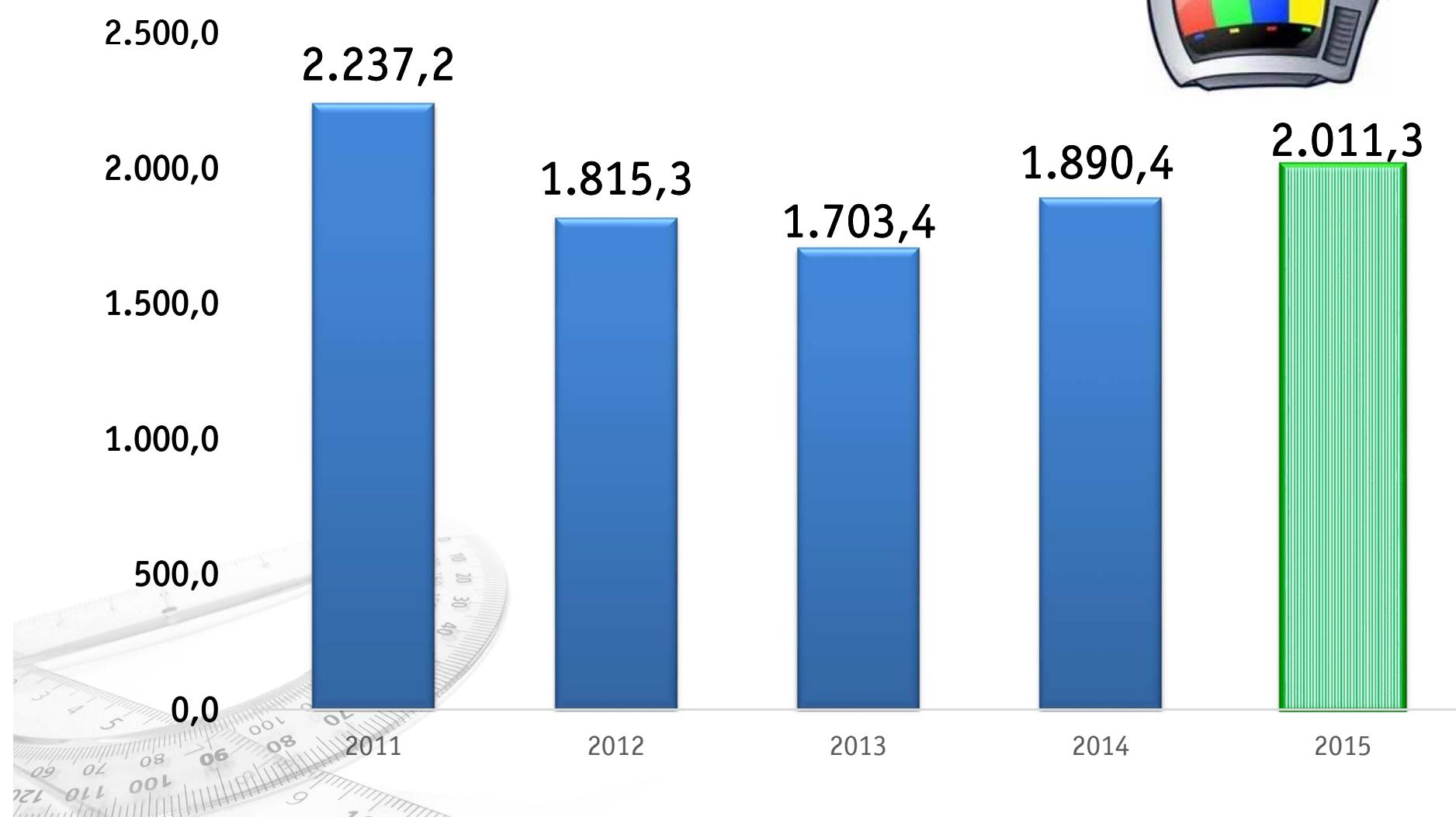
RK	10 PRIMEROS ANUNCIANTES	Inversión	% vs Tot.
1	VODAFONE ESPAÑA, S.A.U.	13,8	4,9%
2	EL CORTE INGLES, S.A.	8,4	2,9%
3	VOLKSWAGEN-AUDI ESPAÑA,S.A.	6,6	2,3%
4	BURGER KING ESPAÑOLA,S.A.U.	6,0	2,1%
5	SAMSUNG ELECTRONIC IBERIA, S.A.	5,6	2,0%
6	ORANGE ESPAGNE, S.A.	5,5	1,9%
7	MC DONALD'S SISTEMAS DE ESPAÑA,S.A	5,5	1,9%
8	TOYOTA ESPAÑA,S.L.U.	4,6	1,6%
9	PUNTO FA, S.L.UNIPERSONAL	4,5	1,6%
10	RENAULT ESPAÑA COMERCIAL,S.A.	4,2	1,5%
TOTAL 10 PRIMEROS ANUNCIANTES		64,8	22,8%



Datos en mill. €



Televisión

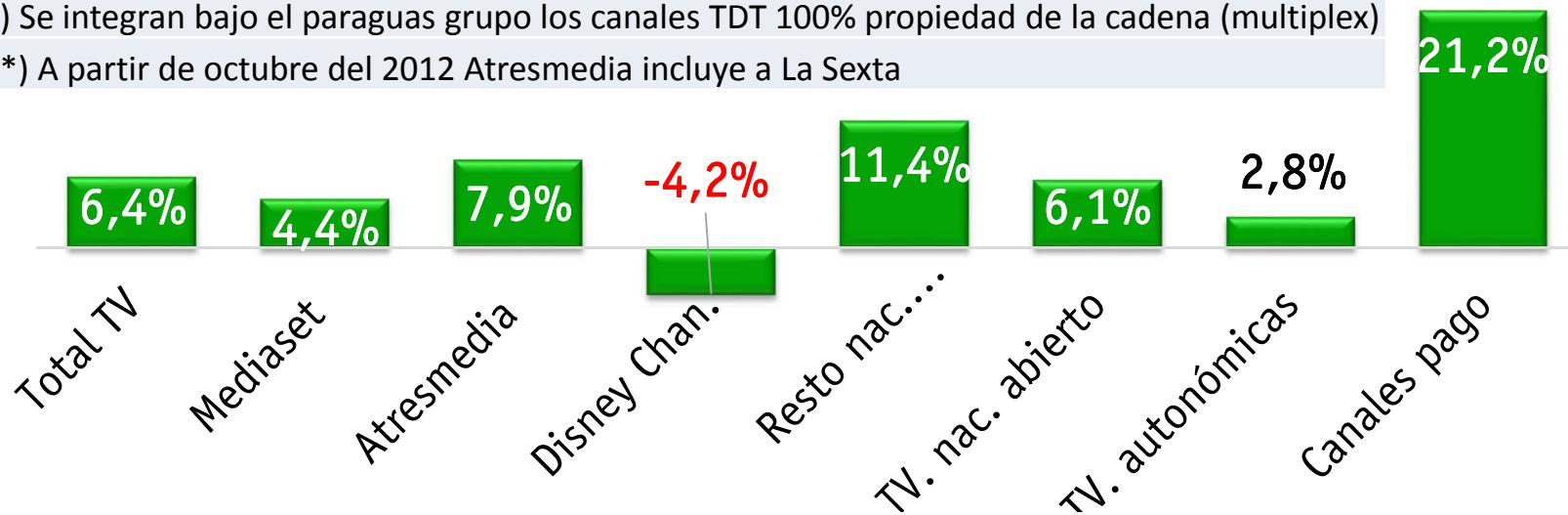


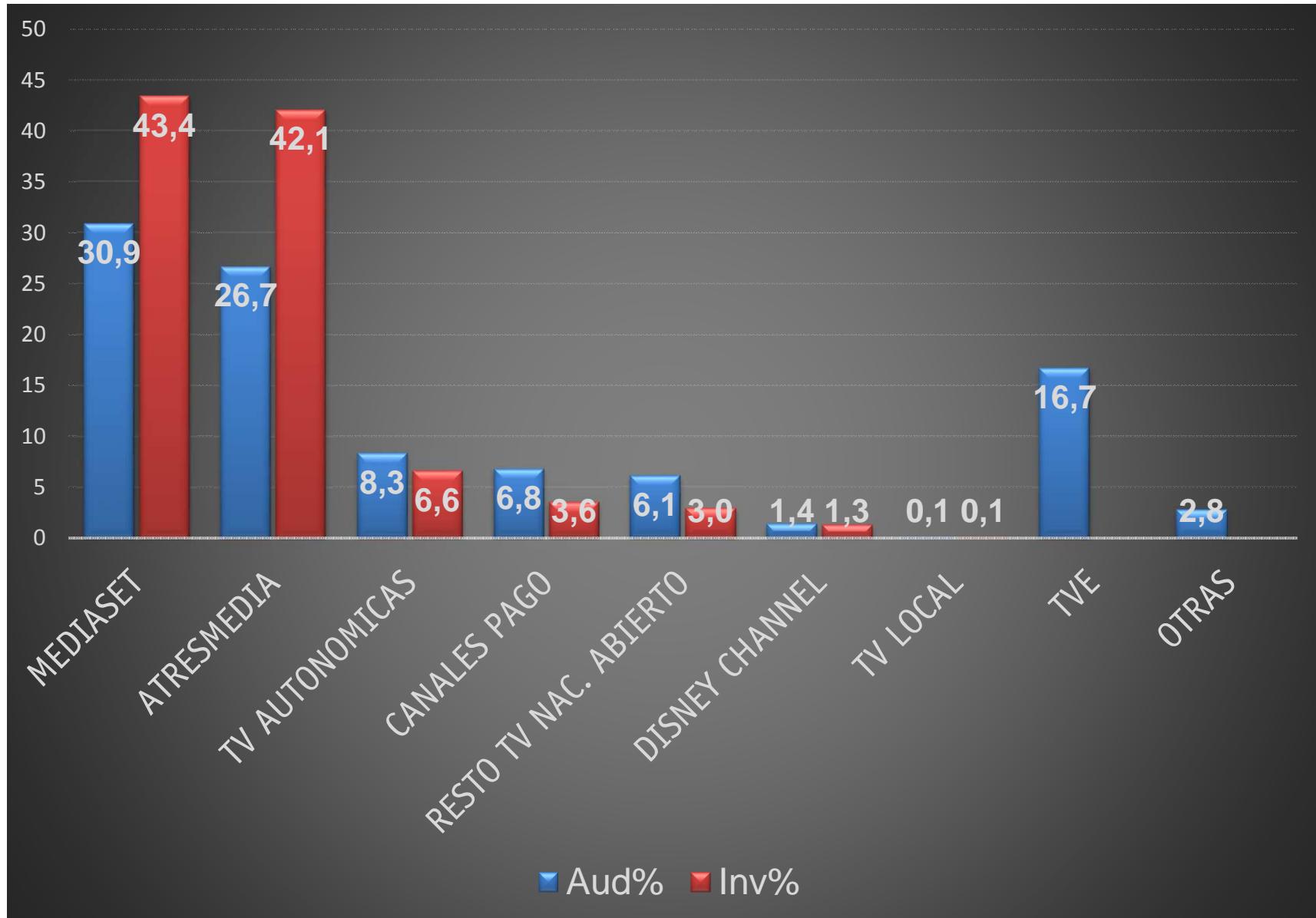
Cadenas	2011	2012	2013	2014	2015
Total TV	2.237,2	1.815,3	1.703,4	1.890,4	2.011,3
Mediaset España (*)	976,1	821,5	745,0	836,0	873,0
Atresmedia (*)	681,5	639,0	725,0	784,0	846,0
Grupo La Sexta (*) (**)	255,3	115,0			
Disney Channel	29,0	26,3	24,9	27,5	26,3
Resto TV. nac. En abierto	35,1	42,1	43,2	53,6	59,8
Total TV. nacional en abierto	1.977,0	1.643,9	1.538,1	1.701,1	1.805,1
Total TV. autonómicas	198,0	126,8	120,4	128,7	132,3
Total canales pago	60,2	43,1	43,6	59,3	71,9
Total TV local	2,0	1,5	1,3	1,3	2,0



(*) Se integran bajo el paraguas grupo los canales TDT 100% propiedad de la cadena (multiplex)

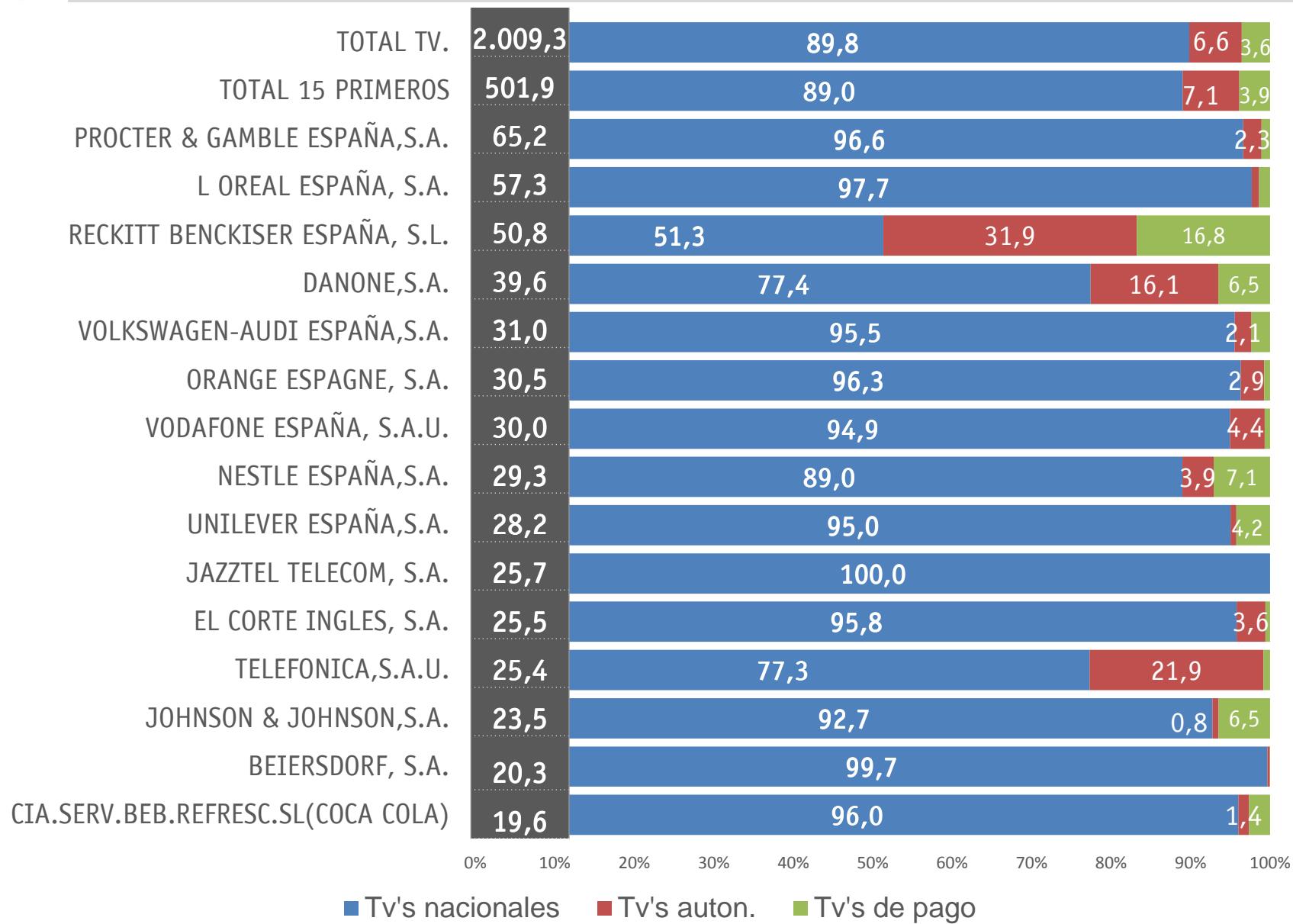
(**) A partir de octubre del 2012 Atresmedia incluye a La Sexta





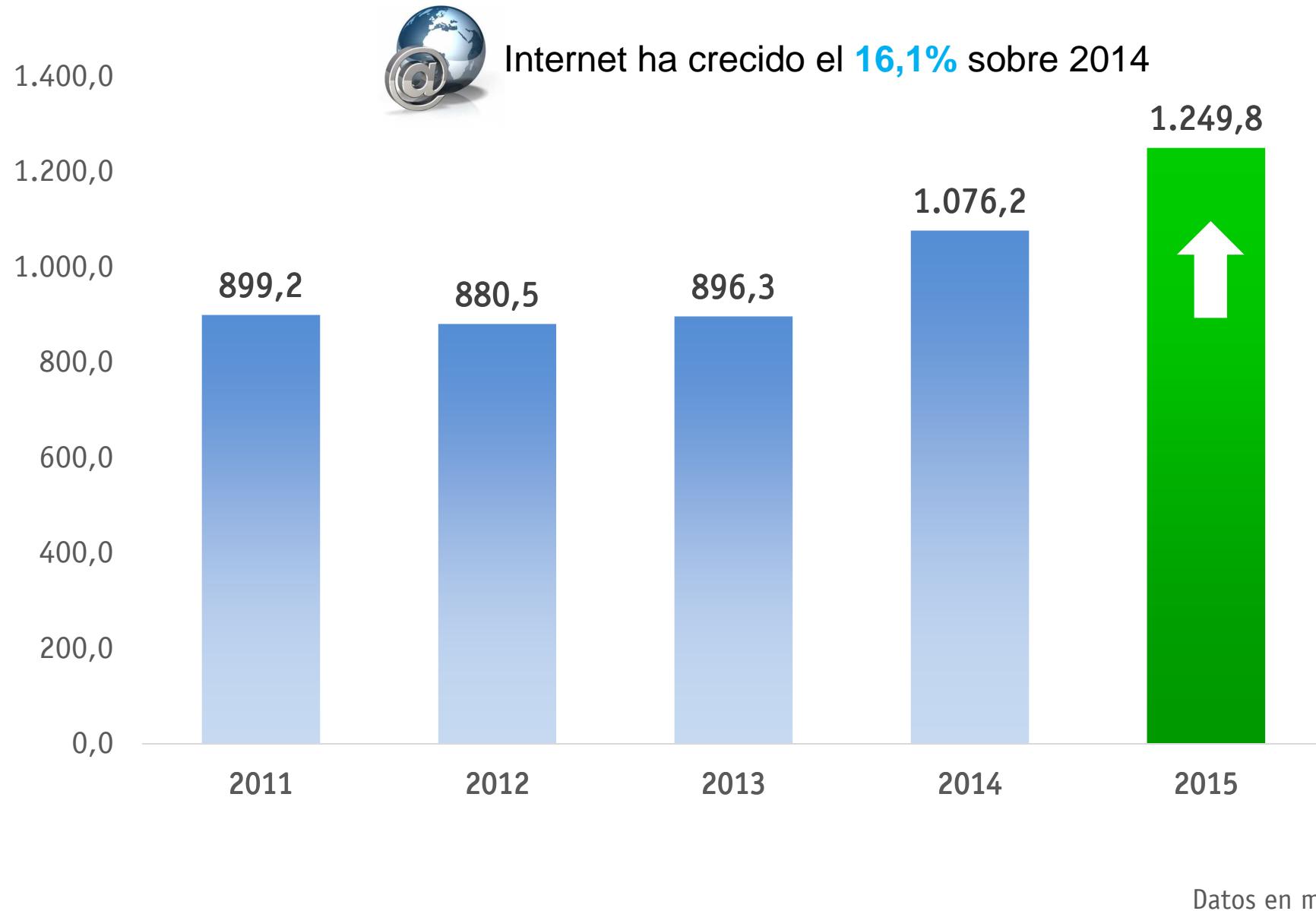


Televisión 2015/primeros anunciantes por tipo TV





Internet





Internet 2015/Ranking 10 primeros anunciantes

10 PRIMEROS ANUNCIANTES	Inv 2015	% vs Tot.
PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,S.A.	22,3	5,9%
MELIA HOTELS INTERNATIONAL, S.A.	10,8	2,9%
LINEA DIRECTA ASEGURADORA,S.A.	10,3	2,7%
EL CORTE INGLES, S.A.	10,2	2,7%
BANCO SANTANDER,S.A.	7,8	2,1%
SEAT,S.A.	7,7	2,0%
FISHER INVESTMENTS ESPAÑA	7,2	1,9%
MUTUA MADRILEÑA AUTOMOVILISTA, S.A.	6,6	1,7%
ORGANIZACION NACIONAL CIEGOS ESPAÑ.	6,4	1,7%
ORANGE ESPAÑA VIRTUAL, S.L.	5,6	1,5%
TOTAL 10 PRIMEROS	94,9	25,0%



A large, abstract graphic element occupies the right side of the slide. It consists of several overlapping triangles in shades of red and grey, creating a dynamic, geometric pattern that tapers towards the bottom right corner.

Muchas gracias

INFOADEX
INFORMACIÓN ÚTIL



PROCTER - Inversión controlada 2015/ranking de anunciantes