

LA INVERSIÓN PUBLICITARIA CRECE UN 2,8% EN LOS NUEVE PRIMEROS MESES DE 2022

- Todos los medios presentan evoluciones positivas, a excepción de Dominicales y Televisión.
- Refiriéndonos exclusivamente al mes de septiembre de 2022, la inversión habría crecido un 3,0% respecto al mismo mes del año anterior.

En los nueve primeros meses del año, la inversión publicitaria ha crecido un 2,8% frente al período equivalente del año anterior, mostrando una cifra de 3.861,1 millones de euros, frente a los 3.754,4 millones del periodo enero-septiembre de 2021. En el caso concreto del mes de septiembre, la inversión habría crecido un 3,0% pasando de los 505,8 millones de euros de 2021 a los 520,8 millones del mes de septiembre de 2022.

Como recordatorio incidir en que se incluyen en los datos de la presente nota de prensa aquellos medios y soportes no controlados directamente por InfoAdex en base a datos declarados/estimados del mercado publicitario. Por ello los datos que aquí se presentan podrán no coincidir con aquellos que se extraigan de las herramientas que InfoAdex pone a disposición de los usuarios de su información. Los medios más afectados por esta medida son Radio, Exterior y Digital, éste último por la inclusión de datos de Search y Redes Sociales.

Digital, que ocupa la primera posición por volumen de inversión publicitaria, ha experimentado un incremento del 6,0%, obteniendo 1.830,6 millones de euros en los primeros nueve meses del año. Dentro de Digital el mejor comportamiento lo tiene **Redes Sociales**, medio que crece un 8,7% su volumen de inversión publicitaria pasando de 458,5 millones de euros a 498,4 millones durante el periodo analizado. **Search**, aumenta su cifra un 5,3% con una inversión de 621,8 millones frente a los 590,7 millones de euros que obtuvo en el mismo periodo de 2021. **Websites**, también incrementa su cifra de inversión en un 4,8%, y alcanza un volumen en los nueve primeros meses del año de 710,4 millones de euros.

Medios (incluye soportes no controlados)	Ene_Sep 2021	Ene_Sep 2022	% evol.22/21
Cine	4,0	9,9	145,2%
Diarios	229,1	232,0	1,3%
Dominicales	5,1	5,0	-1,2%
Exterior	193,3	242,0	25,2%
Radio	278,0	302,1	8,7%
Revistas	88,2	90,5	2,6%
Televisión	1.229,7	1.149,1	-6,6%
Total Digital	1.726,9	1.830,6	6,0%
<i>Search</i>	590,7	621,8	5,3%
<i>Websites (Display + Video)</i>	677,6	710,4	4,8%
<i>Redes Sociales (Display + Video)</i>	458,5	498,4	8,7%
Total medios	3.754,4	3.861,1	2,8%

Fuente InfoAdex, S.A./ Millones de euros.

El segundo medio por inversión sería **Televisión** que aglutina una inversión publicitaria de 1.149,1 millones de euros, un -6,6% que los 1.229,7 millones de euros del mismo periodo de 2021. **Radio**, que ocupa el tercer lugar por inversión, se sitúa en 302,1 millones, por encima del cuarto medio, **Exterior**, cuya cifra asciende en estos nueve meses a 242,0 millones de euros. En el caso de **Diarios** su cifra supone un incremento del 1,3% alcanzando los 232,0 millones. El medio **Revistas** obtiene una cifra de inversión de 90,5 millones de euros en el periodo enero-septiembre del 2022, que se traduce en un incremento del 2,6%.

Cine, muestra una subida del 145,2% sobre el período equivalente del año anterior, lo que lo sitúa en 9,9 millones de euros, y **Dominicales**, último medio por volumen de inversión decrece un -1,2%.

EVOLUCIÓN SEPTIEMBRE 2022 VS. SEPTIEMBRE 2021

Medios	Sep 2021	Sep 2022	% evol. 22/21
Cine	0,9	1,5	54,1%
Diarios	25,5	30,3	18,6%
Dominicales	0,6	0,6	-5,6%
Exterior	29,7	37,6	26,8%
Radio	34,2	36,8	7,7%
Revistas	9,1	7,7	-15,8%
Televisión	155,9	142,1	-8,9%
Total Digital	249,8	264,3	5,8%
<i>Search</i>	88,8	90,1	1,5%
<i>Websites (Display + Video)</i>	96,1	102,3	6,5%
<i>Redes Sociales (Display + Video)</i>	64,9	71,8	10,6%
Total medios	505,8	520,8	3,0%

Fuente InfoAdex, S.A./ Millones de euros.

TELEVISIÓN DISMINUYE SU INVERSIÓN UN -6,6% EN ENERO_SEPTIEMBRE 2022

La inversión publicitaria en televisión ha disminuido un -6,6% en los nueve primeros meses de 2022, respecto a la cifra conseguida en el mismo período del año anterior, pasando de 1.229,7 millones de euros en enero-septiembre del 2021 a los 1.149,1 millones alcanzados este año.

Conviene destacar que las cifras que se muestran en la tabla han sido en determinados casos estimadas por InfoAdex.

También es necesario tener en cuenta en el apartado de las televisiones nacionales en abierto que, a los efectos de este análisis, se han integrado bajo el paraguas «grupo» los canales de TDT que son 100% propiedad de la cadena (multiplex).

En los nueve primeros meses de 2022 ha descendido un -6,2% la inversión publicitaria del grupo de las televisiones nacionales en abierto, que ha alcanzado 1.030,4 millones de euros, situando su cuota de mercado en el 89,7%.

Mediaset España, con un decrecimiento del -9,5%, ha alcanzado una cifra de 480,2 millones, habiendo obtenido una cuota de mercado del 41,8%.

Atresmedia ha alcanzado una cifra de 479,9 millones lo que supone una bajada del -4,0% respecto al mismo periodo de 2021, situando su cuota en el 41,8%.

A su vez, la inversión publicitaria en el grupo de las televisiones autonómicas se situó en los nueve primeros meses del año en una cifra de 60,5 millones de euros, con un aumento del 6,7% sobre los 56,7 millones que se registraron en el mismo periodo de 2021. Esta evolución sitúa la cuota de mercado de este grupo de televisiones en el 5,3%.

Por último, los canales de pago muestran en el período analizado un decrecimiento del -22,3%, alcanzando una facturación de 56,7 millones sobre los 73,0 millones que tenían en el periodo enero-septiembre de 2021, consiguiendo una cuota del 4,9% del mercado.

Inversión publicitaria en las cadenas de televisión en los nueve primeros meses de 2022 (millones de euros)

Cadenas	Total inv. publicitaria (mill.)		% evol. 22/21	% Cuota	
	Ene_Sep 2021	Ene_Sep 2022		Ene_Sep 2021	Ene_Sep 2022
Total televisión	1.229,7	1.149,1	-6,6%	100,0	100,0
Mediaset España (*)	530,7	480,2	-9,5%	43,2	41,8
Atresmedia (*)	500,2	479,9	-4,0%	40,7	41,8
Otras tv's nacionales	67,7	70,3	3,9%	5,5	6,1
Total TV. nacional abierto	1098,5	1.030,4	-6,2%	89,3	89,7
Total TV. autonómicas	56,7	60,5	6,7%	4,6	5,3
Total Canales pago	73,0	56,7	-22,3%	5,9	4,9
Total TV. local	1,6	1,5	-2,0%	0,1	0,1

Fuente: InfoAdex, S.A.

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