

LA INVERSIÓN PUBLICITARIA CRECE UN 4,9% EN EL MES DE OCTUBRE DE 2022

- La mayoría de los medios presentan evoluciones positivas, a excepción de Dominicales, Revistas y Televisión.

EVOLUCIÓN OCTUBRE 2022 vs. OCTUBRE 2021

Durante el mes de octubre de 2022, la inversión publicitaria ha alcanzado los 625,3 millones de euros, creciendo un 4,9 % respecto al periodo equivalente del año anterior cuando el volumen registrado fue de 596,1 millones de euros.

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 durante el mes de octubre de 2022, ha experimentado un crecimiento del 7,3% frente al mes de octubre de 2021, obteniendo 316,1 millones de euros. Dentro de Digital el mejor comportamiento este mes es para **Redes Sociales**, que incrementa su cifra de inversión un 10,1%, alcanzando los 82,2 millones de euros. **Websites**, crece un 6,9% con una inversión de 117,2 millones de euros frente a los 109,6 millones que obtuvo en el mismo periodo de 2021. Por último, dentro de los medios contemplados en digital, **Search** aumenta un 5,8% pasando de los 110,2 millones de euros en el mes de octubre de 2021 a los 116,6 millones del mes analizado.

Medios	Octubre 2021	Octubre 2022	% evol. 22/21
Cine	2,3	2,5	11,4%
Diarios	30,9	31,7	2,6%
Dominicales	1,6	1,5	-0,4%
Exterior	33,2	39,5	18,8%
Radio	40,9	44,1	7,7%
Revistas	12,0	11,7	-2,1%
Televisión	180,8	178,2	-1,4%
Total Digital	294,5	316,1	7,3%
Search	110,2	116,6	5,8%
Websites (Display + Video)	109,6	117,2	6,9%
Redes Sociales (Display + Video)	74,7	82,2	10,1%
Total medios	596,1	625,3	4,9%

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

El segundo medio por inversión sería **Televisión** que aglutina una inversión publicitaria de 178,2 millones de euros, con un decrecimiento del -1,4% frente a los 180,8 millones de euros del mismo periodo del 2021. **Radio**, que ocupa el tercer lugar por inversión, se sitúa en 44,1 millones y un aumento del 7,7%, por encima del cuarto medio, **Exterior**, cuya cifra asciende en el décimo mes del ejercicio a 39,5 millones de euros y registra una subida del 18,8% sobre la cifra correspondiente al año anterior. El medio **Diarios**, presenta un crecimiento en su inversión del 2,6% alcanzando los 31,7 millones de euros. **Revistas**, sexto medio por volumen de inversión, disminuye su cifra un -2,1% y 11,7 millones de euros.

Cine, registra 2,5 millones de euros durante el mes de octubre de 2022 aumentando su inversión en un 11,4%. Por último, **Dominicales**, registra 1,5 millones de euros y disminuye su cifra en un -0,4% respecto al mismo periodo del año anterior.