

LA INVERSIÓN PUBLICITARIA CRECE UN 7,6% EN EL MES DE FEBRERO DE 2022

- Todos los medios presentan evoluciones positivas a excepción de Dominicales y Revistas

EVOLUCIÓN FEBRERO 2022 vs. FEBRERO 2021

Durante el mes de febrero de 2022, la inversión publicitaria ha alcanzado los 357,0 millones de euros, creciendo un 7,6% respecto al periodo equivalente del año anterior cuando el volumen registrado fue de 331,7 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.

Medios	Feb 21	Feb 22	% ev.22/21
Cine	0,1	0,6	319,8%
Diarios	17,5	18,9	7,9%
Total Digital	154,1	162,2	5,2%
<i>Search</i>	58,7	59,9	2,1%
<i>Websites (display+video)</i>	53,6	56,8	6,0%
<i>RR.SS. (display+video)</i>	41,8	45,4	8,7%
Dominicales	0,7	0,5	-27,9%
Exterior	10,3	16,8	62,9%
Radio	25,8	29,3	13,5%
Revistas	7,7	7,1	-7,5%
Televisión	115,6	121,7	5,3%
Total medios	331,7	357,0	7,6%

Fuente InfoAdex, S.A.
Datos en millones de euros

Digital, que ocupa la primera posición por volumen de inversión publicitaria durante el mes de febrero de 2022, ha experimentado un incremento del 5,2% frente al mes de febrero de 2021, obteniendo 162,2 millones de euros. Dentro de Digital el mejor comportamiento este mes es para **Redes Sociales** que crece un 8,7% pasando de los 41,8 millones de euros en el mes de febrero de 2021 a los 45,4 millones del mes analizado.

Websites, incrementa su cifra de inversión en un 6,0%, alcanzando los 56,8 millones de euros y **Search**, aumenta un 2,1% su volumen con 59,9 millones de euros frente a los 58,7 millones de euros que obtuvo en el mismo periodo de 2021.

El segundo medio por volumen sería **Televisión** que aglutina una inversión publicitaria de 121,7 millones de euros, un aumento del 5,3% frente a los 115,6 millones de euros registrados en febrero de 2021. **Radio**, que ocupa el tercer lugar por inversión, se sitúa en 29,3 millones y un incremento del 13,5%, por encima del cuarto medio, **Diarios**, cuya cifra asciende en el segundo mes del ejercicio a 18,9 millones de euros y registra una subida del 7,9% sobre la cifra correspondiente al año anterior. El medio **Exterior** crece un 62,9% su volumen de inversión publicitaria con 16,8 millones de euros en el mes de febrero. **Revistas**, sexto medio por volumen de inversión, disminuye su cifra un -7,5% y 7,1 millones de euros. **Cine**, registra 0,6 millones de euros y una evolución positiva del 319,8% frente al mes de febrero de 2021.

Por último, **Dominicales**, registra medio millón de euros y un descenso del -27,9% respecto al mismo periodo del año anterior.