



Índice Inversión Publicitaria, año 2022 Informe resumen

- La inversión publicitaria durante el 2022 ha aumentado un 2,5% en relación al año anterior alcanzando la cifra de 6.523 millones de euros, frente a los 6.366,2 millones de 2021.
- El conjunto de los medios tradicionales representan el 43,4% del mercado han disminuido la inversión publicitaria un 0,3%
- Los medios digitales que representan el 56,6% del mercado han crecido la inversión publicitaria un 4,7%
- Televisión: en el entorno tradicional baja un 4,8%, registrando la cifra de 1.694,4 millones de euros, representando el 27,3% del mercado.
 - Los dos principales grupos privados de televisión representan el 82% de la inversión en televisión.
 - Mediaset, consigue 701,4 millones de euros frente a 760,9,8 millones del mismo periodo del año anterior, reportando una caída del 7,8%.
 - Atresmedia, alcanza los 699,1 millones de euros frente a los 718 millones del mismo periodo del año anterior, una bajada del 2,6%.
- Radio: crece un 7,5%, hasta alcanzar 401,5 millones de euros frente a 373,6 del mismo periodo del año anterior
- Prensa: en formato papel crece un 2,1% y en formato digital cae un 0,1%. En la suma de ambos formatos alcanza 733,1 mil de euros, un aumento del 0,9%.
- Exterior: aumenta un 18,1%, hasta llegar a 373 millones de euros
- Revistas: en formato papel retrocede un 1,4%. En formato digital crece un 8%. En la suma de ambos formatos alcanza 151,8 millones de euros, un crecimiento del 2,7%
- Dominicales disminuye un 1,5, mientras el cine aumenta un 47,1%
- Redes sociales: aumentan un 6,1% hasta alcanzar los 1.020,5 millones de euros
- Search: alcanza 1.500,1 millones de euros, un 4,5% de crecimiento
- Redes sociales y Search representan el 38,6% de participación de mercado

Aumenta la ocupación publicitaria en radio, publicidad exterior, dominicales y cine

Ocupación publicitaria				
	Media Ocupación	2021	2022	% var.
Televisión	Grp's 20" ind+4	2.231.079	2.027.125	-9,1
Prensa	Páginas	215.706	214.172	-0,7
Medios digitales	Impactos*	449.538	446.472	-0,7
Radio	Minutos	908.601	924.736	1,8
Exterior	Caras	36.909.883	41.739.782	13,1
Revistas	Páginas	22.017	20.931	-4,9
Dominicales	Páginas	4.123	4.439	7,7
Cine	Minutos	322.667	443.493	37,4

* Millones de impactos

No incluye Influencers, Clasificados digitales, Redes Sociales, Search

Fuente: i2p, Mediahotline S/ datos de Arce Media y Kantar

TOTAL MERCADO
PUBLICITARIO

6.523,0 Mill€

MEDIOS
TRADICIONALES

2.828,6 Mill€

MEDIOS
DIGITALES

3.694,4 Mill€

% Var. vs 21

+2,5%

-0,3%

+4,7%

% Var. vs 19

-2,4%

-18,4%

+14,8%

Nº marcas Activas

+7,2%

+5,9%

+12,2%

Inv. X marca

-5,8%

-5,9%

-6,0%

Publicidad Nacional % Var. vs 21

Inversión publicitaria

-2,9%

-3,5%

-0,7%

Nº Marcas activas

+4,9%

+4,6%

+6,1%

Inv. X marca

-7,5%

-7,8%

-6,4%

Publicidad Local % Var. vs 21

Inversión publicitaria

+10,5%

+8,2%

+16,5%

Nº Marcas activas

+7,5%

+6,0%

+13,2%

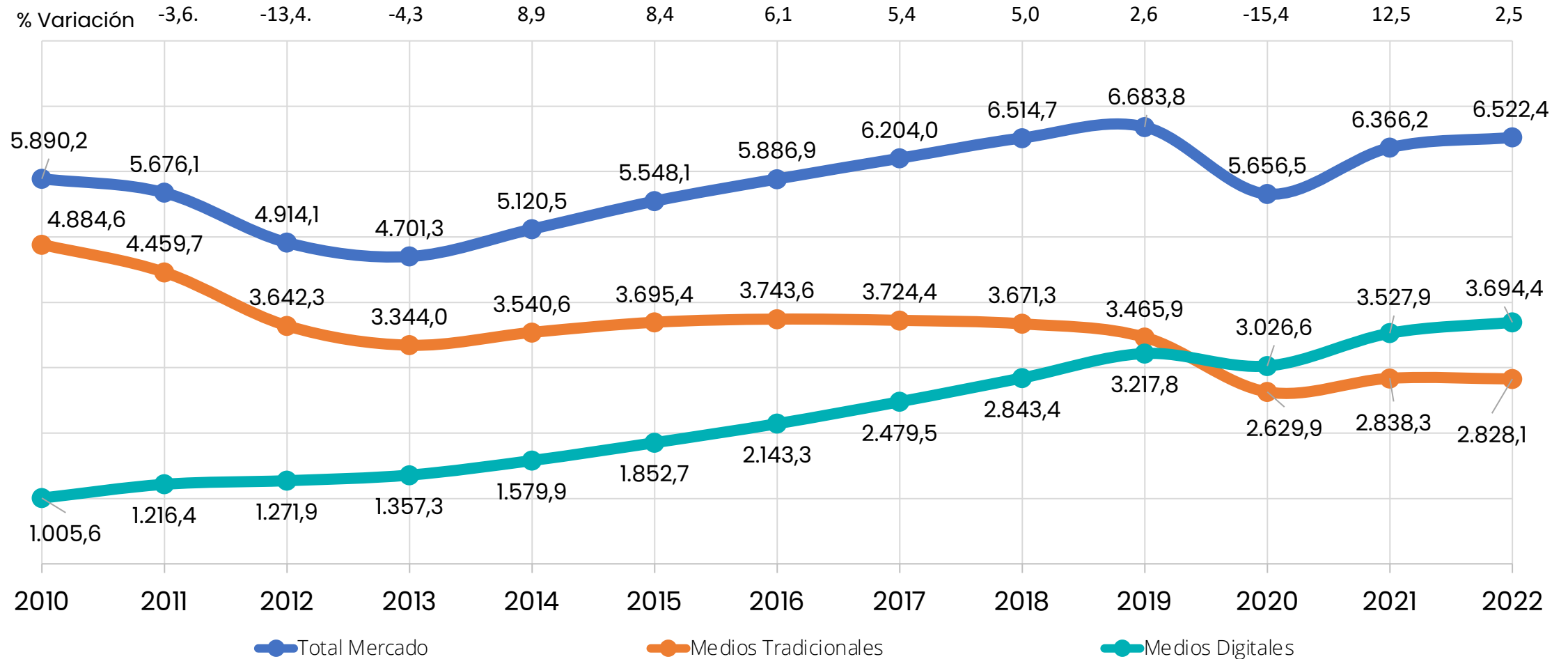
Inv. X marca

+2,9%

+2,1%

+2,9%

- A partir del año 2017, el conjunto de la inversión publicitaria en los medios tradicionales se viene desacelerando de forma continuada con la excepción el año 2021 que recupera parte de la pérdida por la pandemia del 2020
- La suma de los medios digitales crece año a año desde el 2010 con la excepción del año 2020, año de la pandemia. A partir del año 2020 supera al conjunto de los medios tradicionales



Fuente: i2p, Mediahotline S/ datos de Arce Media

El conjunto de la inversión publicitaria crece un 2,5%

Los medios tradicionales retroceden un 0,3%, mientras que los medios digitales aumentan un 4,7%

(Millones €)	Total Mercado			Mercado Tradicional			Mercado Digital			Participación de mercado			Reparto	
	2021	2022	% Var	2021	2022	% Var	2021	2022	% Var	2021	2022	Difer.	Tradi	Digital
Televisión	1.850,5	1.781,7	-3,7	1.780,0	1.694,4	-4,8	70,6	87,4	23,8	29,1	27,3	-1,8	95,1	4,9
Prensa	726,3	733,1	0,9	327,1	334,1	2,1	399,2	399,0	-0,1	11,4	11,2	-0,2	45,6	54,4
Radio	386,2	415,9	7,7	373,6	401,5	7,5	12,6	14,4	14,1	6,1	6,4	0,3	96,5	3,5
Exterior	316,0	373,0	18,1	246,9	281,5	14,0	69,1	91,5	32,4	5,0	5,7	0,8	75,5	24,5
Revistas	147,8	151,8	2,7	82,5	81,3	-1,4	65,3	70,5	8,0	2,3	2,3	0,0	53,6	46,4
Dominicales	11,9	11,7	-1,5	11,9	11,7	-1,5				0,2	0,2	0,0	100,0	
Cine	16,3	24,0	47,1	16,3	24,0	47,1				0,3	0,4	0,1	100,0	
Total 1	3.455,1	3.491,3	1,0	2.838,3	2.828,6	-0,3	616,8	662,7	7,5	54,3	53,5	-0,7	81,0	19,0
Websites espec.	232,6	232,6	0,0				232,6	232,6	0,0	3,7	3,6	-0,1		100,0
Total 2	3.687,7	3.723,9	1,0	2.838,3	2.828,6	-0,3	849,4	895,3	5,4	57,9	57,1	-0,8	76,0	24,0
Influencers	55,2	58,6	6,2				55,2	58,6	6,2	0,9	0,9	0,0		100,0
Clasificados Dig.	226,9	219,8	-3,1				226,9	219,8	-3,1	3,6	3,4	-0,2		100,0
Redes sociales	961,5	1.020,5	6,1				961,5	1.020,5	6,1	15,1	15,6	0,5		100,0
Search	1.434,9	1.500,1	4,5				1.434,9	1.500,1	4,5	22,5	23,0	0,5		100,0
Total	6.366,2	6.523,0	2,5	2.838,3	2.828,6	-0,3	3.527,9	3.694,4	4,7	100,0	100,0		43,4	56,6

El video representa el 23% de la inversión publicitaria digital, y aumenta un 11,2%

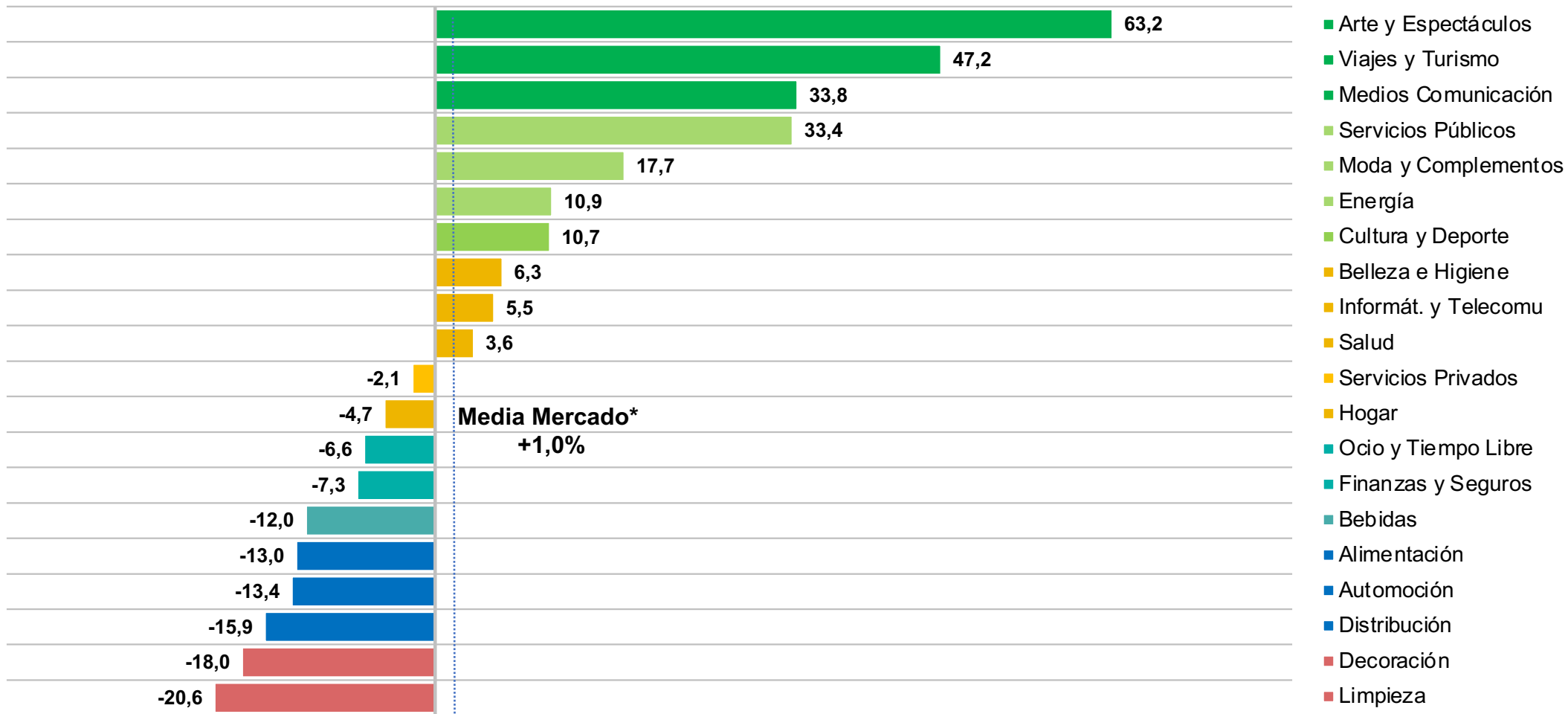
El 77% de la inversión publicitaria en video se realiza en redes sociales

La publicidad display crece un 2,9%

(Millones €)	Mercado Digital			Video			Display			Participación		Reparto	
	2021	2022	% Var	2021	2022	% Var	2021	2022	% Var	Video	Displ	Video	Displ
Televisión	70,6	87,4	23,8	58,1	74,5	28,2	12,5	12,9	3,1	8,7	0,5	85,3	14,7
Prensa	399,2	399,0	-0,1	50,4	50,0	-0,8	348,8	349,0	0,0	5,8	12,3	12,5	87,5
Radio	12,6	14,4	14,1	1,9	2,2	15,8	10,7	12,2	13,8	0,3	0,4	15,3	84,7
Exterior	69,1	91,5	32,4	8,3	10,6	27,7	60,8	80,9	33,1	1,2	2,9	11,6	88,4
Revistas	65,3	70,5	8,0	4,6	5,9	28,3	60,7	64,6	6,4	0,7	2,3	8,4	91,6
Dominicales													
Cine													
Total 1	616,8	662,7	7,5	123,3	143,2	16,1	493,5	519,5	5,3	16,7	18,3	21,6	78,4
Websites espec.	232,6	232,6	0,0	9,6	9,8	2,1	223,0	222,8	-0,1	1,1	7,8	4,2	95,8
Total2	849,4	895,3	5,4	132,9	153,0	15,1	716,5	742,3	3,6	17,9	26,1	17,1	82,9
Influencers	55,2	58,6	6,2	41,8	44,1	5,5	13,4	14,5	8,3	5,2	0,5	75,3	24,7
Clasificados	226,9	219,8	-3,1				226,9	219,8	-3,1		7,7		
Redes sociales	961,5	1.020,5	6,1	594,1	658,1	10,8	367,4	362,4	-1,3	77,0	12,8	64,5	35,5
Search	1.434,9	1.500,1	4,5				1.434,9	1.500,1	4,5		52,8		
Total	3.527,9	3.694,4	4,7	768,8	855,2	11,2	2.759,1	2.839,2	2,9	100,0	100,0	23,1	76,9

Diez sectores aumentan la inversión publicitaria

Año 2022: variación % Inversión Publicitaria por sectores



* No incluye Influencers, Clasificados digitales, Redes Sociales, Search

Fuente: i2p, Mediahonline S/ datos de Arce Media