



NOTA DE PRENSA

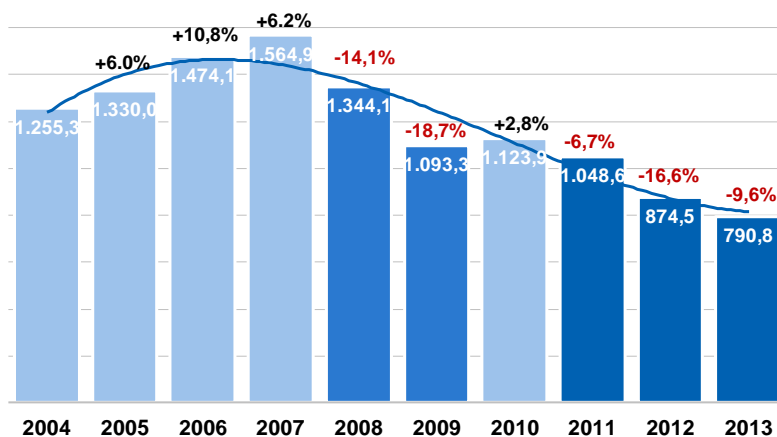
«ESTUDIO 2013 DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA EN CATALUÑA»

La inversión publicitaria de los anunciantes con sede en Cataluña cae un 9,6%

Según las conclusiones del "Estudio 2013 de la inversión publicitaria en Cataluña", la inversión publicitaria de los anunciantes con sede en esta comunidad autónoma, ha caído un 9,6%; en 2012, la inversión fue de 874,5 millones de euros y, en 2013, se redujo hasta 790,8 millones de euros. El número de anunciantes catalanes ha bajado de 5.421, en 2012, a 5.171, en 2013, y la inversión promedio por anunciante también ha caído un 5,2%, en 2013, y ha sido de 152.929 euros.

Dicho estudio se ha presentado esta mañana en un acto celebrado en el Palau Robert organizado por la *Associació Empresarial de Publicitat, (Gremi desde 1926)* y patrocinado por la *Generalitat de Catalunya* y la *Cambra de Comerç de Barcelona*. El Gremi ha encargado este estudio a *Media Hotline* y *Arce Media*.

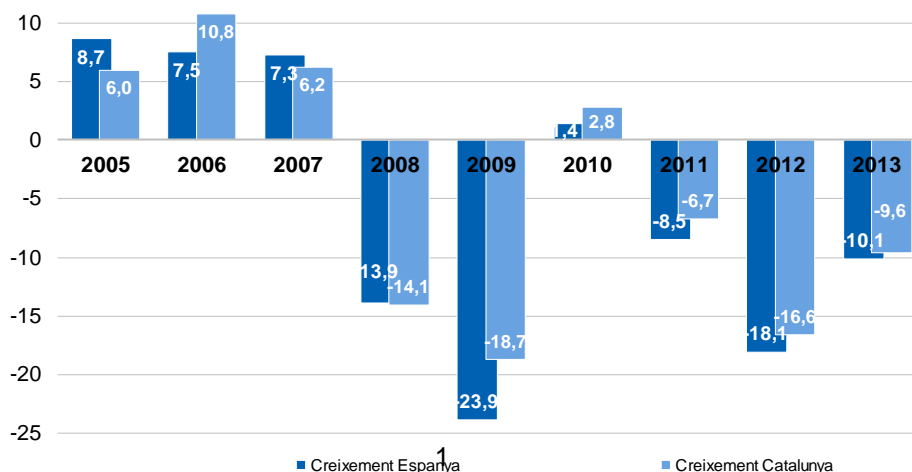
Evolución y crecimiento de la inversión publicitaria de los anunciantes con sede en Cataluña



En millions €

La inversión publicitaria en el conjunto de España ha caído un 10,1%, por encima de la caída que ha experimentado la inversión de los anunciantes catalanes. Se observa que la participación de los anunciantes con sede en Cataluña ha ido creciendo inexorablemente durante toda la crisis, lo que indica que las empresas catalanas están resistiendo mejor.

Crecimiento de la inversión publicitaria: anunciantes con sede en Cataluña frente a España



■ Creciment Espanya

■ Creciment Catalunya



Los medios catalanes han recibido en 2013, 292 millones de euros, un 9,7% menos que en 2012; de esta inversión, 124,1 millones procede de anunciantes con sede en Cataluña, es decir el 42,5%, el resto de la inversión, 167,9 millones de euros, procede de anunciantes del resto de España y que se anuncian en medios catalanes.

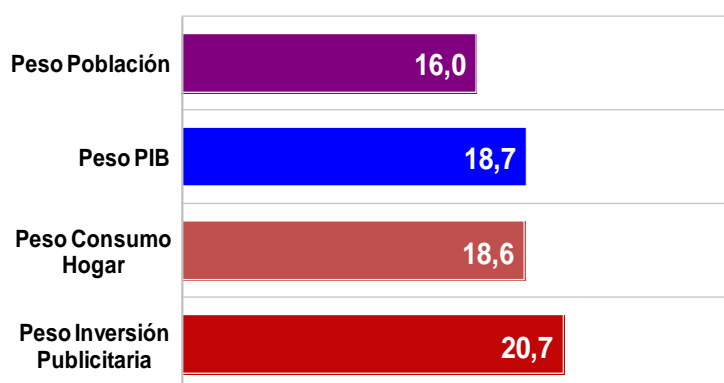
El 41% de la inversión en medios catalanes corresponde a los medios impresos, el 25,1% a televisión, el 15,9% a radio y el 10,4% para exterior.

Crecimiento de la inversión publicitaria 2013/2012						
			% Crec.	Cuota		Diferen
	2012	2013	13/12	2012	2013	Cuota
Televisión	81,5	74,5	-8,6	25,2	25,1	-0,1
Prensa	131,3	115,9	-11,7	40,6	39,1	-1,5
Revistas	5,0	4,8	-4,0	1,5	1,6	0,1
Radio	49,0	47,1	-3,9	15,2	15,9	0,7
Exterior	32,8	30,9	-5,8	10,1	10,4	0,3
Dominicales	1,0	1,0	0,0	0,3	0,3	0,0
Internet	22,4	21,9	-2,2	6,9	7,4	0,5
Cine	0,3	0,3	0,0	0,1	0,1	0,0
TOTAL	323,3	296,4	-8,3	100,0	100,0	

A las personas que residen en Cataluña les llega publicidad de medios catalanes y de otros medios que tienen implantación en toda España o en otras comunidades, contando lo que llega por uno y otro conducto. En 2013, llegó el equivalente a 740,6 millones de euros, un 9,9% menos que en 2012.

Esta inversión que llega a Cataluña supone el 20,7% de la inversión del conjunto de España. Si comparamos esta inversión publicitaria que impactó en los catalanes (20,7%) con el peso de la población catalana (16,0%) y el peso del consumo en el hogar (18,6%), concluiremos que los anunciantes confían más en la potencialidad del mercado catalán que en la del resto de España.

Comparación de la importancia de Cataluña sobre España: Año 2013





Por último, el estudio del Gremi señala que la inversión publicitaria de las administraciones catalanas ha sido de 12,6 millones de euros, de los que el 42,1% le corresponden a la Generalitat de Catalunya. Esto ha supuesto un descenso del 5,5% respecto al año 2012, año en el que se realizó una inversión publicitaria de 13,4 millones de euros.

En el conjunto de España el descenso ha sido mayor: de 132,1 millones, en 2012, a 112,9 millones, en 2013, es decir, ha representado un descenso del 14,5%.

Sobre la Associació Empresarial de Publicitat

La Associació Empresarial de Publicitat es la única asociación de este tipo en Cataluña y tiene como objetivo la defensa y la representación del sector, el apoyo profesional y empresarial a sus miembros y la responsabilidad ética de la actividad publicitaria frente a la sociedad. La asociación está formada por más de 100 empresas, que representan el 90% de la facturación publicitaria en Cataluña. *Más info:* www.associaciopublicitat.com

Sobre Media Hotline y Arce Media

Media Hotline es una consultora especializada en medios de comunicación y publicidad y Arce Media suministra información de la actividad publicitaria a medios de comunicación, agencias de medios y publicidad y anunciantes. La información de Arce Media es la que utiliza, para el mercado español, Nielsen Company conjuntamente con otros 90 países para realizar sus informes internacionales sobre la actividad e inversión publicitaria.

Más información:

