

## LA INVERSIÓN PUBLICITARIA CRECE UN 2,0% EN EL PRIMER SEMESTRE DEL 2023

26 de julio de 2023

- Todos los medios presentan evoluciones positivas, a excepción de Diarios, Dominicales y Televisión.
- Refiriéndonos exclusivamente al mes de junio de 2023, la inversión se ha mantenido en las mismas cifras que el mismo mes del año anterior.



En los seis primeros meses del año, la inversión publicitaria ha crecido un 2,0% frente al período equivalente del año anterior, mostrando una cifra de 2.668,1 millones de euros, frente a los 2.615,4 millones del periodo enero-junio de 2022. En el caso concreto del mes de junio, la inversión se mantiene prácticamente estable pasando de los 543,2 millones de euros de 2022 a los 543,1 millones del mes de junio de 2023.

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	Ene-Jun 2022	Ene-Jun 2023	% Evol 23/22	
Cine	6,0	7,1	19,2%	
Diarios	147,2	144,1	-2,1%	
Dominicales	3,4	3,2	-6,8%	
Exterior	145,6	175,0	20,2%	
Radio	208,3	222,2	6,7%	
Revistas	69,3	69,5	0,3%	
Televisión	830,2	800,8	-3,5%	
<b>Total Digital</b>	<b>1.205,5</b>	<b>1.246,1</b>	<b>3,4%</b>	
	<i>Search</i>	408,1	416,2	2,0%
	<i>Websites (Display + Video)</i>	468,6	485,2	3,5%
	<i>Redes Sociales (Display + Video)</i>	328,8	344,7	4,9%
<b>Total medios</b>	<b>2.615,4</b>	<b>2.668,1</b>	<b>2,0%</b>	

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

**Digital**, que ocupa la primera posición por volumen de inversión publicitaria, ha experimentado un incremento del 3,4%, obteniendo 1.246,1 millones de euros en los seis primeros meses del año. Dentro de Digital el mejor comportamiento lo presenta **Redes Sociales**, medio que crece un 4,9% su volumen de inversión publicitaria pasando de 328,8 millones de euros a 344,7 millones durante el periodo analizado. **Websites**, aumenta su cifra un 3,5% con una inversión de 485,2 millones frente a los 468,6 millones de euros que obtuvo en el mismo periodo de 2022. **Search**, también incrementa su cifra de inversión en un 2,0%, y alcanza un volumen en el primer semestre del año de 416,2 millones de euros.

## EVOLUCIÓN JUNIO 2023 VS. JUNIO 2022

Medios	Junio 2022	Junio 2023	% Evol 23/22
Cine	1,9	1,7	-9,8%
Diarios	40,2	38,2	-5,1%
Dominicales	0,8	0,8	1,5%
Exterior	41,3	47,7	15,3%
Radio	39,8	39,3	-1,2%
Revistas	18,4	20,3	10,2%
Televisión	164,0	153,1	-6,6%
<b>Total Digital</b>	<b>236,7</b>	<b>242,0</b>	<b>2,2%</b>
<i>Search</i>	76,1	79,2	4,0%
<i>Websites (Display + Video)</i>	95,5	94,8	-0,8%
<i>Redes Sociales (Display + Video)</i>	65,1	68,0	4,5%
<b>Total medios</b>	<b>543,2</b>	<b>543,1</b>	<b>0,0%</b>

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

El segundo medio por inversión sería **Televisión** que aglutina una inversión publicitaria de 800,8 millones de euros, un -3,5% menos que los 830,2 millones de euros del mismo periodo de 2022. **Radio**, que ocupa el tercer lugar por inversión, se sitúa en 222,2 millones y un crecimiento del 6,7%, por encima del cuarto medio, **Exterior**, cuya cifra asciende en este primer semestre a 175,0 millones de euros. En el caso de **Diarios** su cifra supone un decrecimiento del -2,1% alcanzando los 144,1 millones.

El medio **Revistas** obtiene una cifra de inversión de 69,5 millones de euros en el periodo enero-junio del 2023, que se traduce en una subida del 0,3%.

**Cine**, experimenta un crecimiento del 19,2% sobre el periodo correspondiente al año anterior, lo que lo sitúa en 7,1 millones de euros. **Dominicales**, último medio por volumen de inversión, muestra un descenso del -6,8% y una cifra de 3,2 millones de euros.

## TELEVISIÓN DISMINUYE SU INVERSIÓN UN -3,5% DURANTE EL PRIMER SEMESTRE

La inversión publicitaria en televisión ha descendido un -3,5% en los seis primeros meses de 2023, respecto a la cifra conseguida en el mismo período del año anterior, pasando de 830,2 millones de euros en enero-junio del 2022 a los 800,8 millones alcanzados este semestre.

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).

Durante el primer semestre de 2023 ha disminuido un -3,7% la inversión publicitaria del grupo de las televisiones nacionales en abierto, que ha alcanzado los 715,8 millones de euros, situando su cuota de mercado en el 89,4%.

Mediaset España, con un descenso del -4,3%, ha alcanzado una cifra de 332,5 millones, habiendo obtenido así una cuota de mercado del 41,5%.

Atresmedia ha alcanzado una cifra de 331,0 millones lo que supone un decrecimiento del -4,3% respecto al mismo período de 2022, situando su cuota en el 41,3%.

A su vez, la inversión publicitaria en el grupo de las televisiones autonómicas se situó en los seis primeros meses del año en una cifra de 44,6 millones de euros, con un aumento del 2,2% sobre los 43,6 millones que se registraron en el mismo periodo de 2022. Esta evolución sitúa la cuota de mercado de este grupo de televisiones en el 5,6%.

Los canales de pago muestran en el período analizado un decrecimiento del -6,8%, alcanzando una facturación de 39,3 millones sobre los 42,1 millones que alcanzaron en el periodo enero-junio de 2022, consiguiendo una cuota del 4,9% del mercado.

### Inversión publicitaria en las cadenas de televisión en el primer semestre de 2023 (millones de euros)

Cadenas	Total publicidad (mill. €)			% Cuota	
	Ene - Jun 22	Ene - Jun 23	% Evol 23/22	Cuota 22	Cuota 23
Total televisión	830,2	800,8	-3,5	100,0	100,0
Mediaset España (*)	347,4	332,5	-4,3	41,8	41,5
Atresmedia (*)	345,8	331,0	-4,3	41,7	41,3
Otras tv nal.	50,1	52,3	4,3	6,0	6,5
Total TV. nacional en abierto	743,3	715,8	-3,7	89,5	89,4
Total TV. autonómicas	43,6	44,6	2,2	5,3	5,6
Total canales pago	42,1	39,3	-6,8	5,1	4,9
Total TV local	1,1	1,2	4,2	0,1	0,1

Fuente: InfoAdex, S.A.

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