

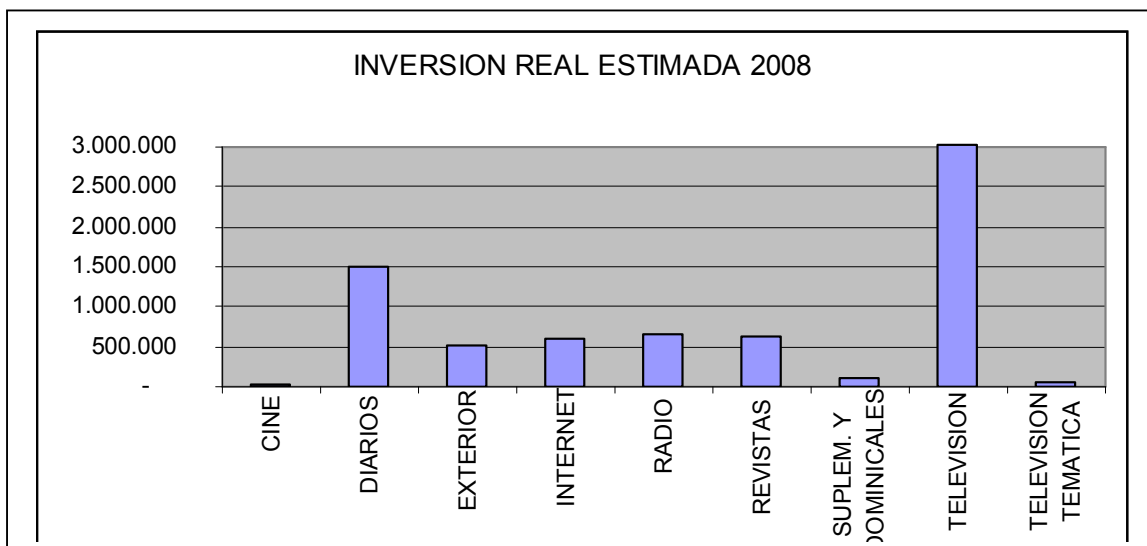
NOTA DE PRENSA MASS NEWS SOBRE INVERSIÓN PUBLICITARIA 2008

Fuente Infoadex.

Elaboración: Enrique Cano, Director General Técnico de Mass Media (Agencia de Comunicación líder del Medio Radio).

El año 2008 cierra con una caída de inversión del 11%, una caída no conocida desde la crisis del petróleo de 1973. La crisis económica mundial del 2008 ha superado a la crisis del '93. Este año en particular iniciaba su andadura Infoadex que lanzaría su primer estudio en 1994. En 1993 el estudio de Nielsen / Repriss publicaba un descenso de la inversión del 8.2%, mientras que la FNEP estimaba el descenso en un 4.6%. **En ambos casos la caída no alcanzaba los dos dígitos.**

Arrancamos el mes de Marzo y la tendencia, lejos del cambio, parece acentuarse. Aunque los más optimistas vislumbran el giro de la economía para el segundo semestre del 2009.



El medio radio es el medio convencional que presenta la menor caída de inversión (un 5%), y es que repetidamente a lo largo de la historia, el medio radio es el menos afectado, un medio que se consolida cómo refugio de inversión por su alta rentabilidad y eficacia.

MEDIO	EVOLUCIÓN '08-'07
CINE	-45,3%
DIARIOS	-20,4%
EXTERIOR	-8,8%
INTERNET	26,5%
RADIO	-5,3%
REVISTAS	-14,5%
SUPLEM. Y DOMINICALES	-22,2%
TELEVISION	-11,2%
TELEVISION TEMATICA	-6,7%
TOTAL	-11,1%

A excepción de Internet, el resto de medios presentan fuertes caídas, destacando cine que reduce casi a la mitad su facturación, prensa, suplementos y revistas con caídas superiores al 15%, televisión con

2008 pasará a la historia por la fuerte caída de inversión y por ser el año en que la Radio se convierte en el tercer medio por volumen de inversión. Supera la inversión del medio Revistas:

Radio: 641.9 millones de euros. 9% del total inversión. (9% en 1993)

Revistas: 617.3 millones de euros. 8.7% s/total inversión (13.5% en 1993)

El medio radio en los últimos 15 años ha sido capaz de mantener su porcentaje de inversión publicitaria a pesar de la entrada de nuevos medios y la multiplicación de soportes.

Es de destacar que mientras en el '93 Televisión y Diarios mantenían 5 puntos de porcentaje de diferencia de cuota, en 2008 ésta diferencia se amplía a 20 puntos de porcentaje.

SHARE DE INVERSIÓN MEDIOS CONVENCIONALES
2008 VS 1993

