



Audiencia: 74.217

Difusión: 27.179

Valor Pub: 1.156,2 €

elEconomista.es

MADRID

19-Jul-2011

Sección: Comunicación

Pág.: 12



ESPACIO: 137 cm2

PORCENTAJE: 11%

PERIODICIDAD: Diario

## McCann y MPG lideran la gestión de la inversión en publicidad en 2010

Las agencias creativas trabajaron con un total de 904 anunciantes

**R. G.**

MADRID. La agencia publicitaria McCann-Erikson se ha convertido con 286,7 millones de euros en la firma creativa que más inversión gestionó a lo largo de 2010, seguida muy de cerca por Bassat, Ogilvy & Mather que, con 269,1 millones de euros, ocupó la segunda posición según el último estudio de Infoadex sobre la inversión publicitaria gestionada en 2010. Cierra el podio la agencia Grey con una cifra de 222,3 millones de euros.

A parte de estas tres agencias, en cuarta posición se establece Euro RSCG España, la última de las compañías del sector en superar la ba-

## 2.754

**MARCAS DISTINTAS.** Son las que gestionaron las agencias creativas participantes en el estudio.

rrera de los 200 millones de euros. En este estudio, las 51 firmas que han participado en su elaboración han gestionado en 2010 un total de 2.754 marcas directas pertenecientes a 904 anunciantes. Las empresas creativas participantes en el estudio controlaron al completo 2.870 millones, un 56 por ciento del mercado en su totalidad.

En el caso de las agencias de medios, MPG lidera en solitario dentro del sector con una inversión gestionada el año pasado de 754,6 millones de euros, casi 350 millones más que su inmediata perseguidora, Optimedia, que cerró el ejercicio con 406,2 millones. OMD, con 324 millones, obtuvo la medalla de bronce. En total, con estas agencias el estudio recoge el 72 por ciento del mercado, 3.690 millones sobre 5.123 millones de euros.