



Audiencia: 166.000

Difusión: 54.562

Valor Pub: 1.924,1 €

# Expansión

## MADRID

Sección: Empresas

Pág.: 7



25-Oct-2011

ESPACIO: 135 cm2

PORCENTAJE: 15%

PERIODICIDAD: Diario

## La inversión publicitaria cae un 6,7%

### LAS TV AUTONÓMICAS INGRESAN UN 24% MENOS HASTA SEPTIEMBRE

**Expansión.** Madrid

La inversión publicitaria en los medios convencionales ha caído un 6,7% entre enero y septiembre de 2011, hasta 3.440 millones de euros.

Según los datos de Infoadex, la reducción de la inversión en publicidad ha sido generalizada en todos los medios, salvo en Internet, donde ha crecido un 8,5%, hasta alcanzar 212,1 millones de euros. El crecimiento en este canal es aún mayor, ya que la cifra ofrecida por Infoadex sólo incluye los formatos gráficos y no el vídeo, que es el que más crece.

La televisión, que se mantiene como primer medio en

volumen de inversión, redujo un 7,5% sus ingresos, hasta 1.635 millones de euros, aunque el comportamiento de la inversión varía en función del tipo de cadena. Así, la inversión en las televisiones nacionales en abierto ha caído un 5,3%, hasta 1.441,8 millones de euros, y la de los canales de pago, un 5,8%.

En las televisiones autonó-

#### INTERNET CRECE

**Al igual que en 2010, la inversión publicitaria en Internet fue la única que creció en los nueve primeros meses de 2011, al aumentar un 8,5%, hasta 212 millones.**

micas, la inversión se ha desplomado un 24,4%, hasta 150,2 millones. Con esta evolución, la cuota de mercado de las televisiones nacionales en abierto crece hasta situarse en el 88,2%, mientras que la de las televisiones autonómicas baja hasta el 9,2%.

#### Diarios y revistas

Por su parte, la inversión en diarios ha disminuido un 12,2% en estos nueve primeros meses, hasta situarse en 704,1 millones de euros, y la de las revistas se ha reducido un 5,3%, hasta 274,5 millones. En radio, la inversión ha decrecido un 2,1%, hasta 301,3 millones de euros.