



Estudio sobre inversión publicitaria en medios digitales

Resultados del primer semestre de 2010

Patrocinado por:



Metodología utilizada en el estudio

- *PricewaterhouseCoopers realiza este estudio con base en los datos proporcionados por las empresas del sector que han sido evaluados según un estricto acuerdo de confidencialidad por PricewaterhouseCoopers.*
- *El Interactive Advertising Bureau Spain realiza una estimación del sector de buscadores y enlaces patrocinados en función de datos proporcionados por los principales agentes del sector.*
- *Para el cálculo de los porcentajes de inversión por actividad y por formato se realiza una extrapolación de los datos proporcionados por los participantes con el fin de obtener los datos totales de inversión en el sector.*

Empresas Participantes 2010



Empresas Participantes

Adconion	Condenet	Impresiones Web	Telemadrid Multipark
Adoor Latinmarkets	CPM	Kewego	Telefónica de España
Affilinet	Cyberclick	La Razón	Tradedoubler España
Antevenio	Diximedia	Microsoft	Unidad Editorial
Anuntis Segunda Mano	El Economista	Orange	Valueclick
Atres Advertising	Experian cheetahmail	Publicidad.net	Vector SW Factory
Box Publicidad	Expressive	Publipress Media	Vocento
Canalmail	Focus	Publiseis	Weblogs
CCRTV Interactiva	Hachette	Sensacine	Weborama
Chello Multicanal	Hi-media	Softonic	Yahoo - YSM
Come&Stay	Hispavista	Sulake	Zanox

Las empresas participantes representan a cientos de páginas web que operan en España

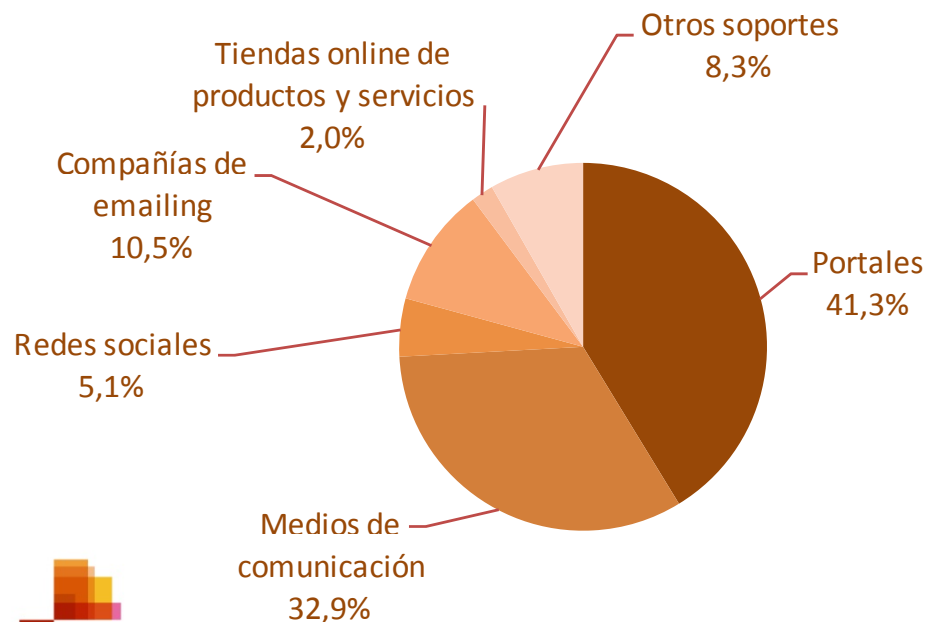


Tipología de webs participantes

Tipos de Web participantes en S110 (sobre display)

- Distribución del tipo de Web que comercializan los **participantes en el estudio***

Tipo	%
Portales	41,27%
Medios de comunicación	32,88%
Redes sociales	5,09%
Compañías de emailing	10,54%
Tiendas online de productos y servicios	1,96%
Otros soportes	8,26%



- Porcentajes sobre tipologías de sitios web de empresas participantes, NO SOBRE INVERSIÓN.
- Datos obtenidos a partir de 37/44 participantes que han contestado a la pregunta en el S110

377,43 millones de €

Progresión inversión S107 – S110

S107: 220,30 millones de €

S207: 262,12 millones de €

S108: 315,01 millones de €

S208: 308,23 millones de €

S109: 313,87 millones de €

S209: 340,28 millones de €

S110: 377,43 millones de €

Distribución de ingresos medios convencionales

Distribución de Ingresos en medios convencionales S110 – S109

	S1 2010	S1 2009	Var. %	% sb total
Televisión	1311,3	1221,2	7,4	45,1
Diarios	526,6	539,4	-2,4	18,1
Interactivos	377,4	313,9	20,3	13,0
Radio	261,2	259,4	0,7	9,0
Revistas	205,5	219,7	-6,5	7,1
Exterior	180,9	178,5	1,4	6,2
Dominicales	31,6	30,6	3,2	1,1
Cine	11,4	6,3	80,8	0,4
Total	2905,9	2769,0		

Datos en millones de €
Fuente: Infoadex e IAB

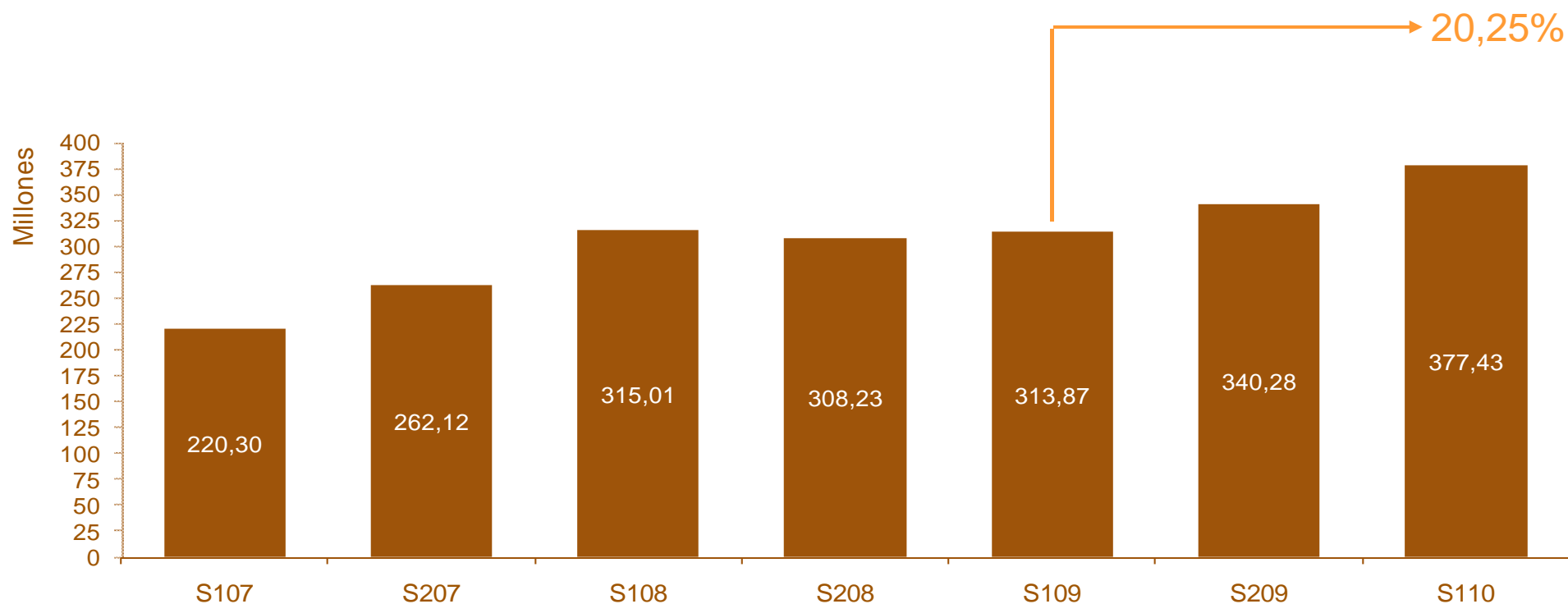
- 1.- Análisis de resultados del S110**
- 2.- Ingresos en Search y Gráfica**
- 3.- Estacionalidad de la inversión**
- 4.- Análisis publicidad Gráfica: Concentración, sectores y anunciantes**
- 5.- Ingresos por modelo de *pricing***
- 6.- Ingresos por tipo de formato**
- 7.- Ingresos en Mobile**
- 8.- Contexto internacional**

1.

Análisis de resultados del S110

1. Análisis de resultados del S110

Evolución de la facturación semestral S107-S110



- La inversión en el S110 ha sido de **377,43 Millones €**, lo que supone un **crecimiento** de un **20,25%**. en relación con el primer semestre del año pasado.

2.

Ingresos en Search y Gráfica

3. Ingresos en Search y Gráfica S110

377,43 millones de €

Search



196,14 M€



52%

Gráfica



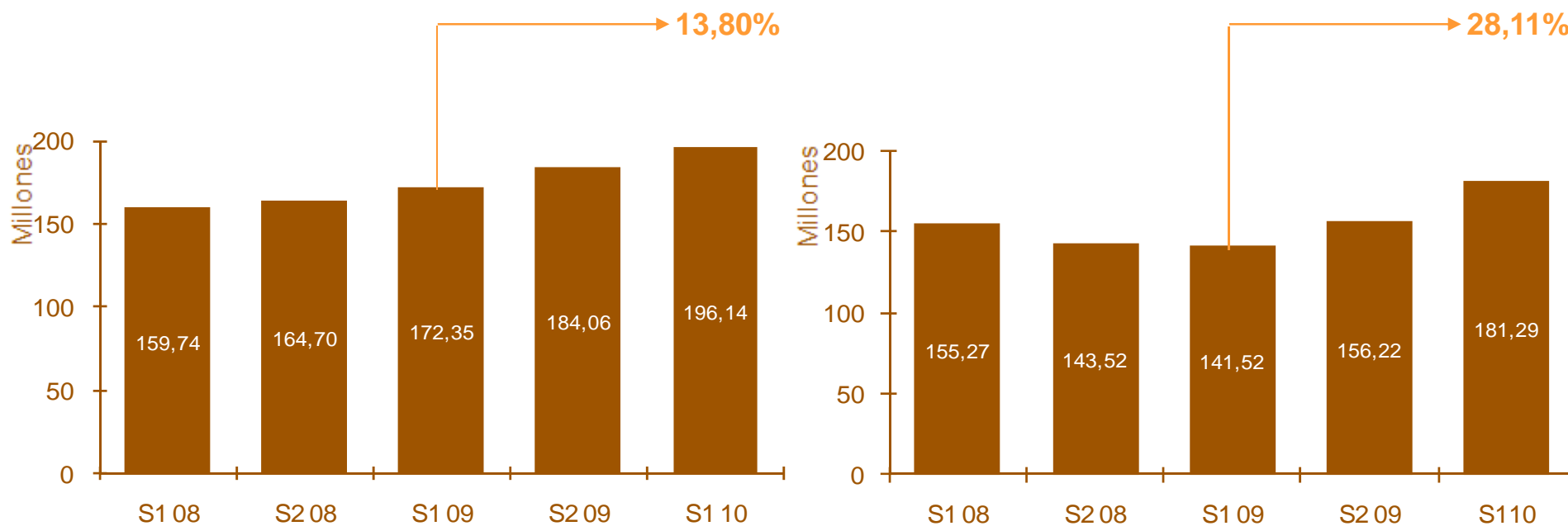
181,29 M€



48%

3. Ingresos en Search y Gráfica

Evolución facturación semestral S108 - S110



• Evolución de la facturación semestral de buscadores y enlaces patrocinados

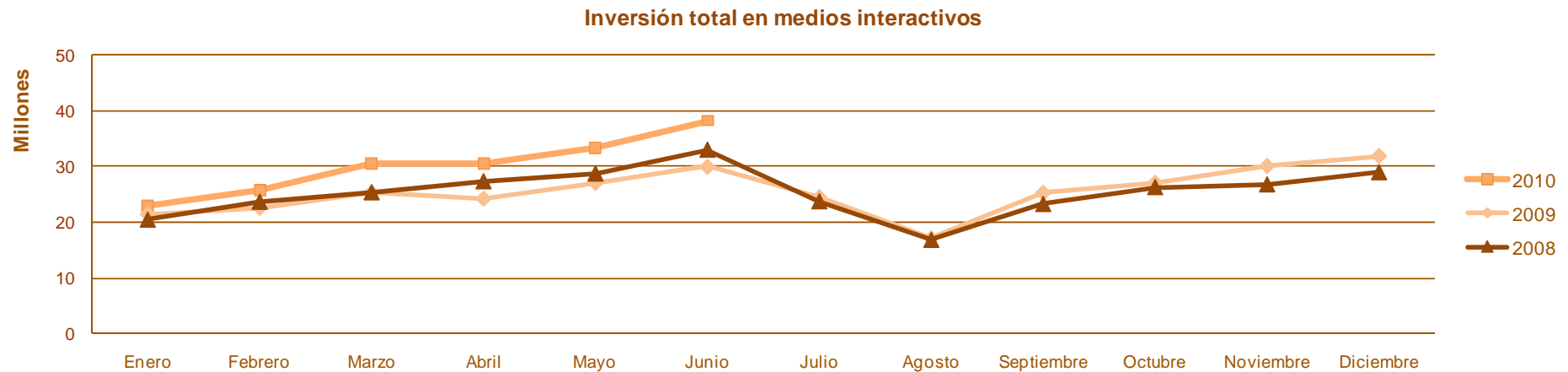
• Evolución de la facturación semestral de formatos gráficos

3.

Publicidad Gráfica Estacionalidad de la inversión

2. Estacionalidad de la Inversión

Estacionalidad mensual en medios interactivos S110 (Display)



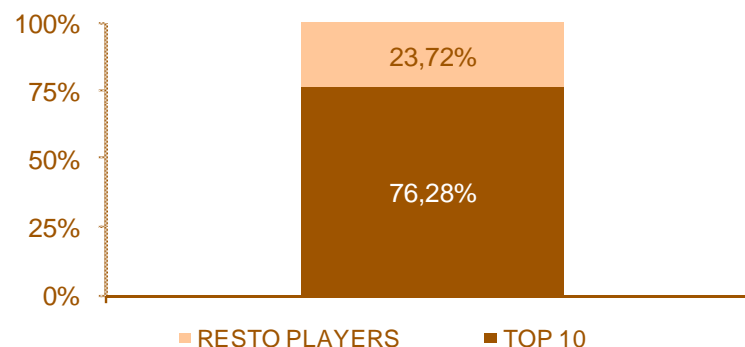
4.

Publicidad gráfica: Concentración, sectores y anunciantes

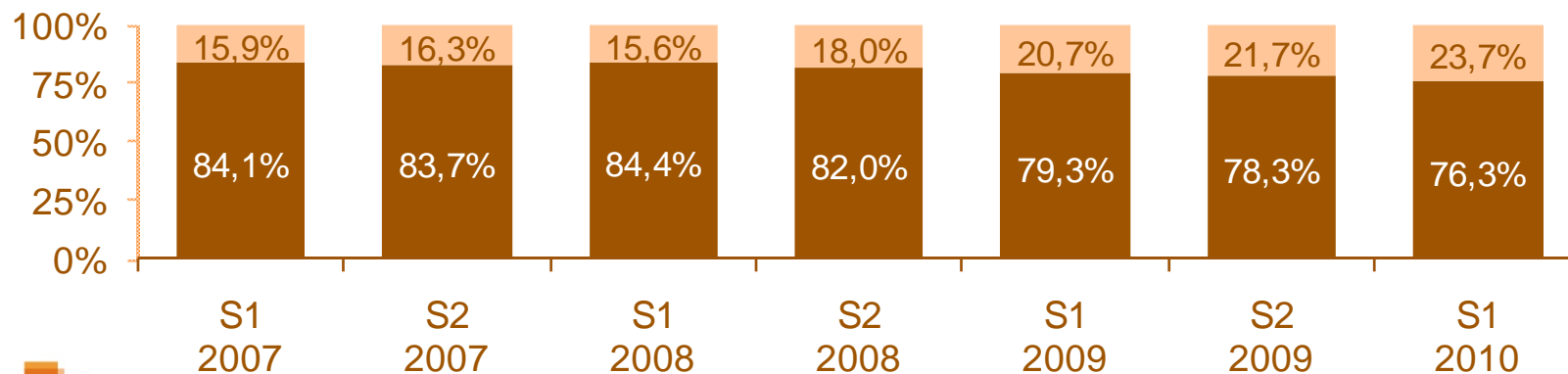
3. Análisis publicidad Gráfica

Nivel de concentración del sector S110

- La cuota de mercado alcanzada por las diez principales empresas en S10 es el 76,28% del mercado.

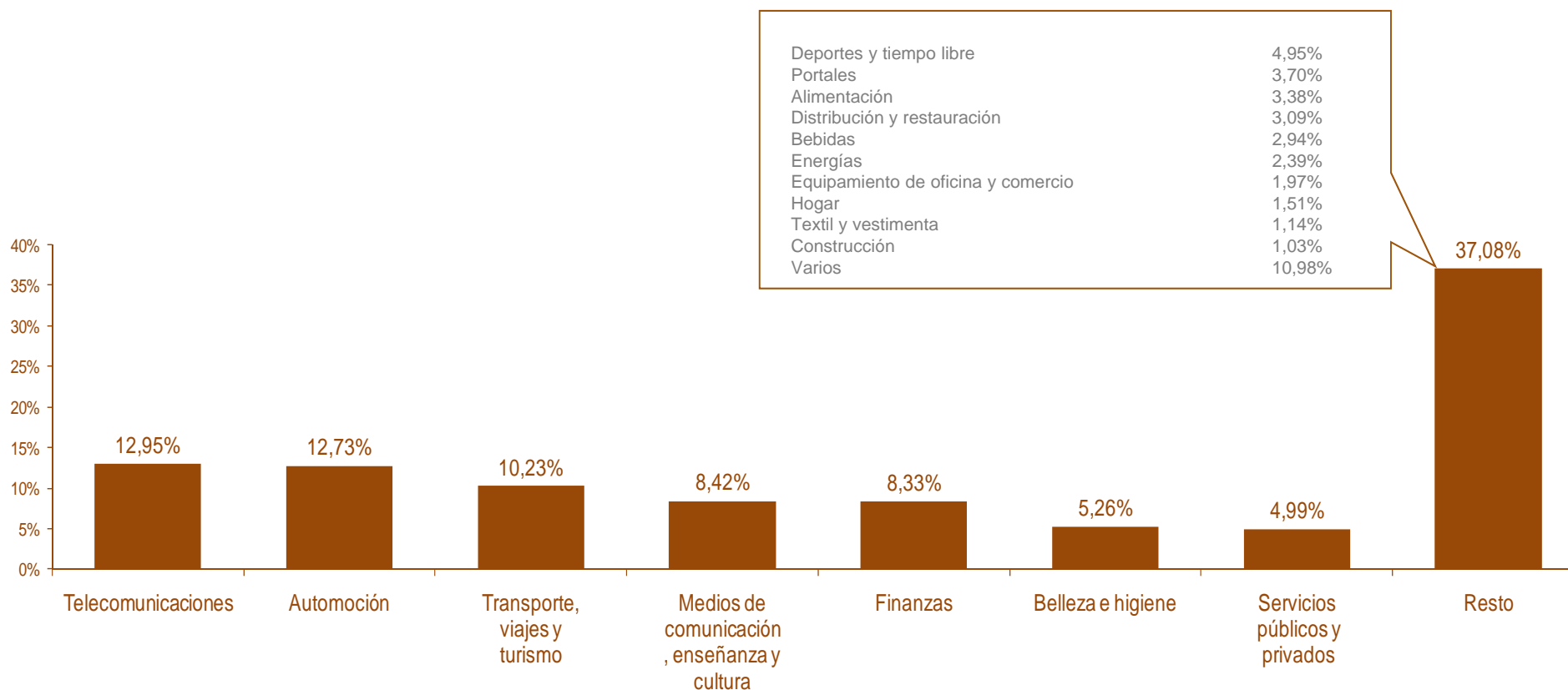


Evolución de la concentración del sector S107-S110



3. Análisis publicidad Gráfica

Ingresos por la actividad del anunciante en Internet S110

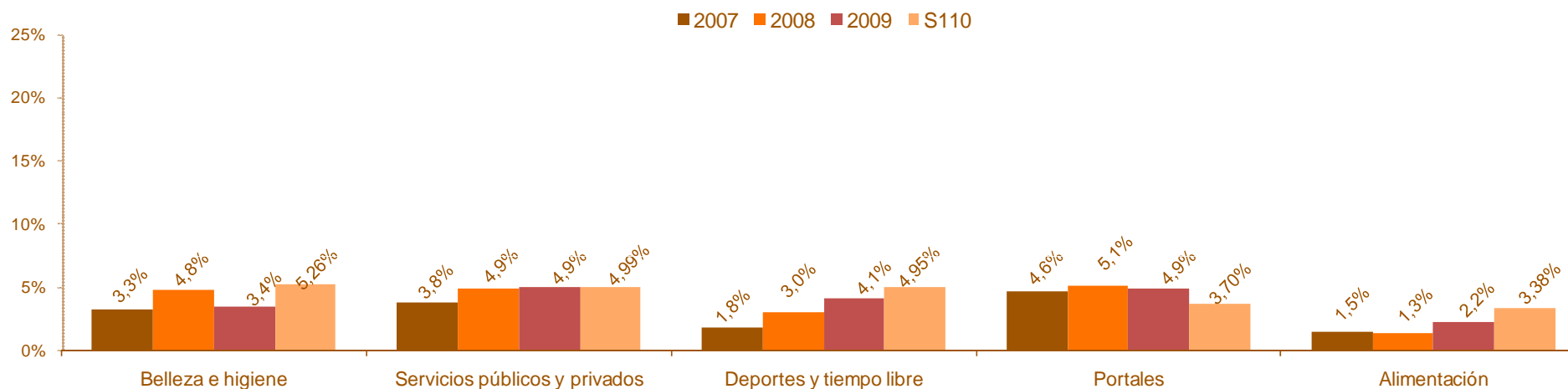
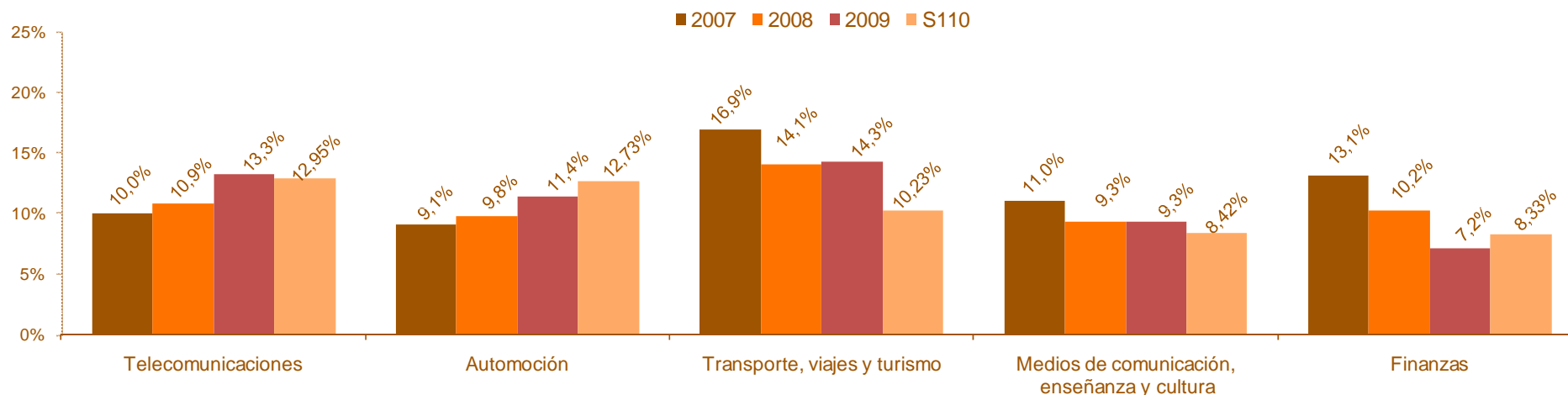


• Datos obtenidos a partir de 37/44 participantes que han contestado a la pregunta

3. Ingresos según actividad del anunciante



Actividad del anunciante: comparativa anual por sectores 2007-S110



• Datos obtenidos a partir de 37/44 participantes que han contestado a la pregunta



weborama



3. Análisis publicidad Gráfica

Top 20 principales anunciantes en publicidad gráfica (S110)

TOP 20 PRINCIPALES ANUNCIANTES	1	TELEFÓNICA
	2	VODAFONE
	3	UNILEVER
	4	ORANGE
	5	PEUGEOT
	6	EL CORTE INGLES
	7	GENERAL MOTORS
	8	RENAULT
	9	BETCLICK
	10	MICROSOFT
	11	LINEA DIRECTA
	12	VUELING
	13	PROCTER & GAMBLE
	14	TOYOTA
	15	BBVA
	16	MERCEDES
	17	ING
	18	VOLKSWAGEN AUDI ESPAÑA
	19	BANCO SANTANDER
	20	NISSAN

3. Análisis publicidad Gráfica

Ranking de los principales anunciantes en publicidad gráfica por sectores (S110)

1. Telecomunicaciones	1	TELEFÓNICA
	2	VODAFONE
	3	ORANGE
	4	BUONGIORNO MYALERT
	5	ONO
	6	MOVILISTO
	7	NOKIA
	8	JAZZTEL
	9	EUSKATEL
	10	MASMOVIL

3. Transporte, viajes y turismo	1	VUELING
	2	SPANAIR
	3	EDREAMS
	4	BOOKINGS
	5	MUCHOVIAJE
	6	BEST2FLY
	7	TURESPAÑA
	8	SOTUR
	9	EASYJET
	10	IBERIA

5. Finanzas	1	LINEA DIRECTA
	2	BBVA
	3	ING
	4	BANCO SANTANDER
	5	BANESTO
	6	SELF BANK
	7	LA CAIXA
	8	MAPFRE
	9	INVERDIS
	10	DIRECT SEGUROS

2. Automoción	1	PEUGEOT
	2	GENERAL MOTORS
	3	RENAULT
	4	TOYOTA
	5	MERCEDES
	6	VOLKSWAGEN-AUDI ESPAÑA
	7	NISSAN
	8	FORD
	9	CITROEN
	10	BMW

4. Medios de comunicación, enseñanza y cultura	1	SONY ENTERTAINMENT
	2	CEAC
	3	PARAMOUNT
	4	CCC
	5	CANAL SATELITE DIGITAL
	6	DISNEY
	7	INSTITUTO DE EMPRESA
	8	WARNER BROS.
	9	UNIVERSAL PICTURES
	10	EL PAÍS

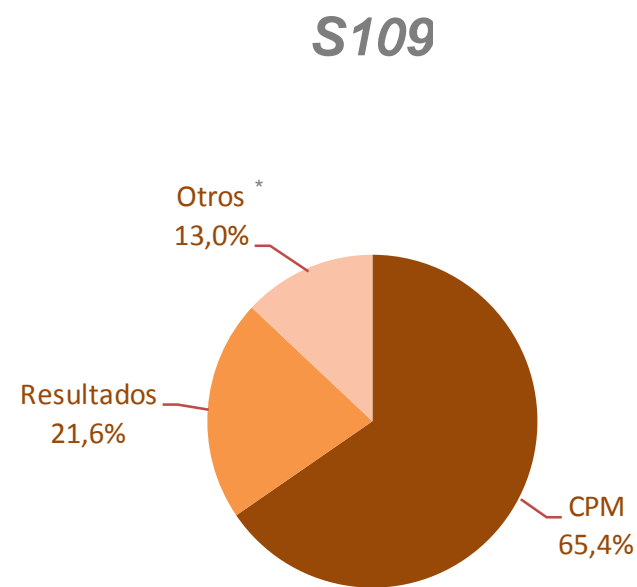
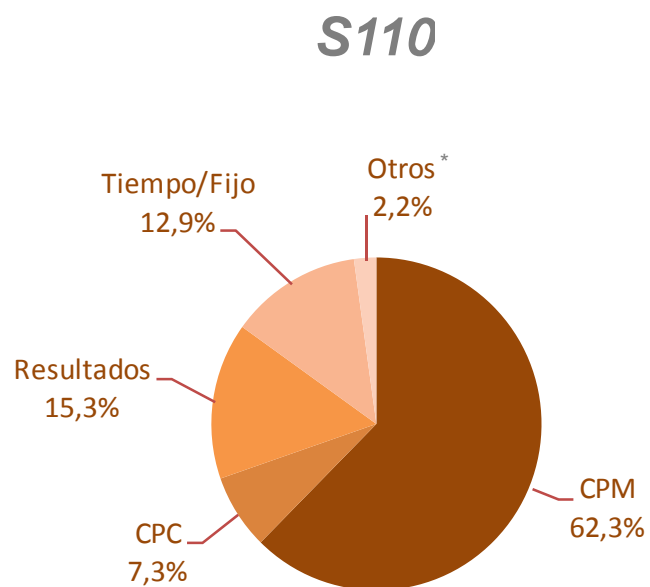
6. Belleza e Higiene	1	UNILEVER
	2	PROCTER & GAMBLE
	3	L'OREAL
	4	ESTEE LAUDER
	5	JOHNSON & JOHNSON
	6	NIVEA
	7	ARBORA & AUSONIA
	8	VITALDENT
	9	ANTONIO PUIG
	10	SHISEIDO

5.

Ingresos por Modelo de *pricing*

5. Ingresos por modelo de *pricing*

Ingresos por modelo de *pricing* S110 (sobre display)



* Otros: incluye modelos por tiempo y otros modelos no contemplados

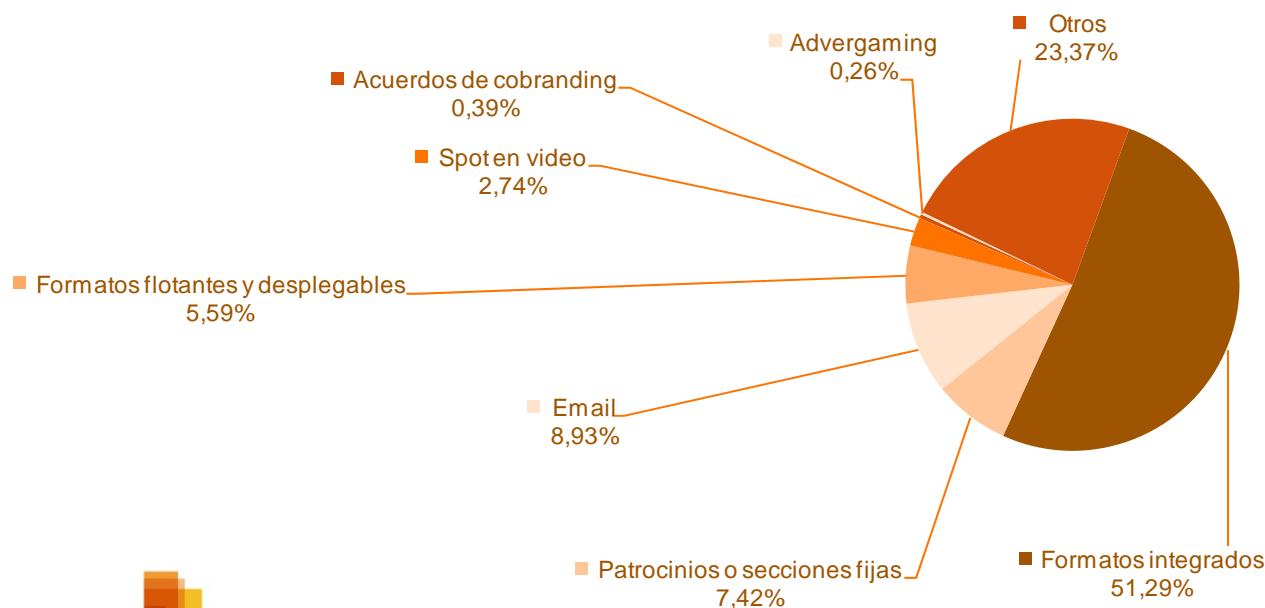
6.

Ingresos por
tipo de formato

6. Ingresos por tipo de formato

Ingresos por tipo de formato en S110 (sobre display)

Formato	Tipo	%
Formatos integrados	banners, botones, rascacielos, etc...	51,29%
Patrocinios o secciones fijas	Patrocinios o secciones fijas	7,42%
E-mail	Emails publicitarios	4,63%
	Publicidad gráfica en emails	4,31%
Formatos flotantes y desplegados	Pop-up, Pop Under, Interstitial, etc.	5,59%
Spot en video	Pre/Post roll video	2,74%
Acuerdos de cobranding	Acuerdos de Cobranding	0,39%
Advergaming	Advergaming	0,26%
Otros	Otros	23,37%

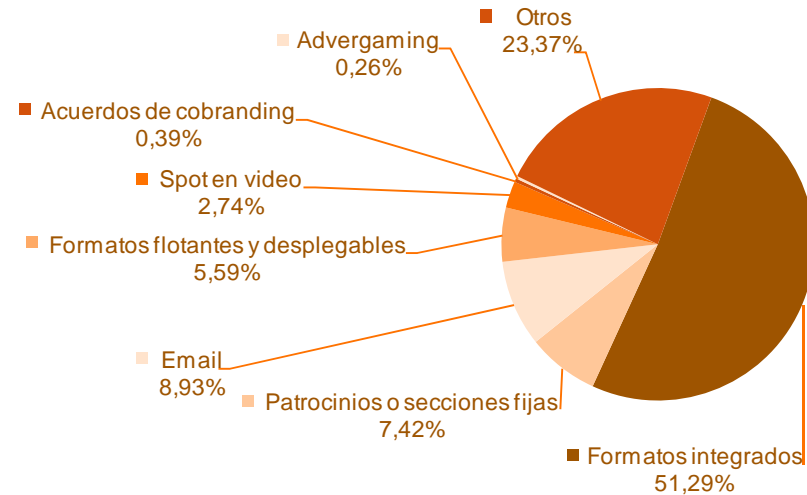


• Datos obtenidos a partir de 38/44 participantes que han contestado a la pregunta en el S110

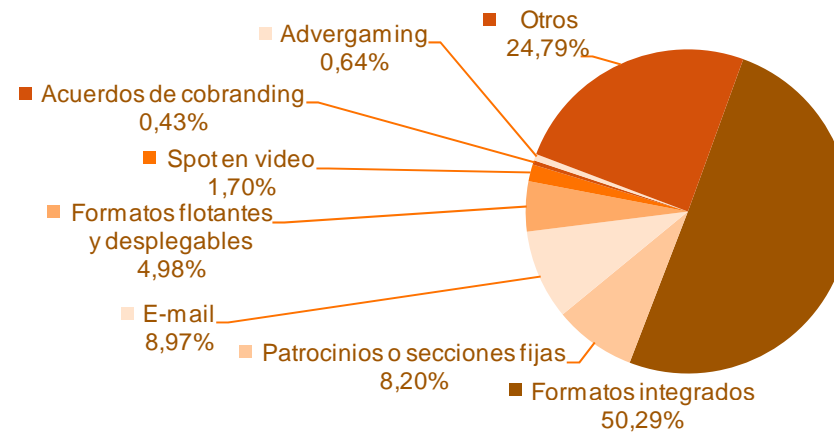
6. Ingresos por tipo de formato

Ingresos por tipo de formato en S109 vs S110 (sobre display)

S110



S109

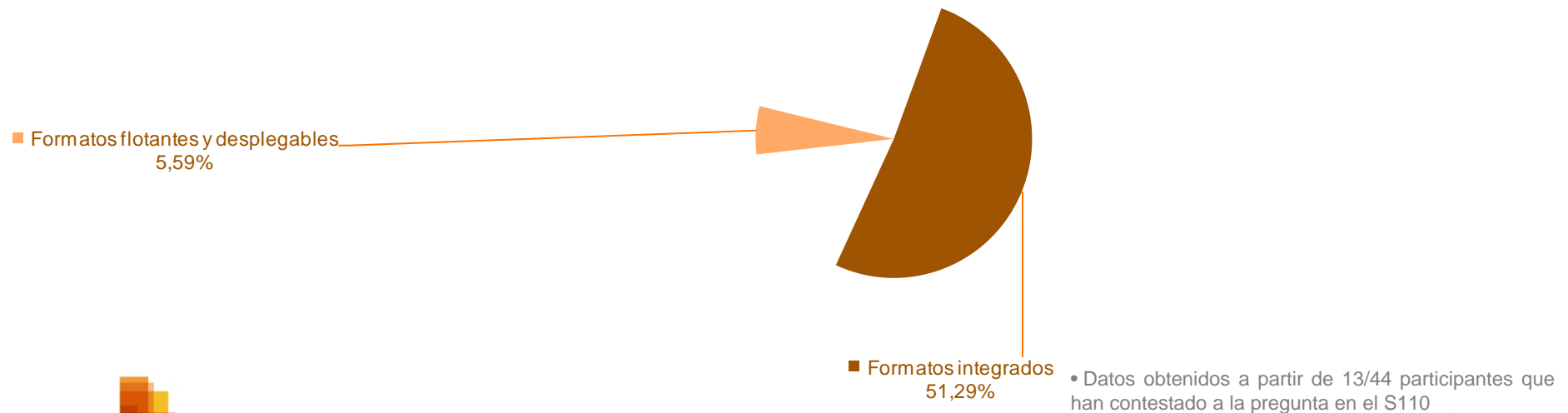


• Datos obtenidos a partir de 38/44 participantes que han contestado a la pregunta en el S110

6. Ingresos por tipo de formato

Ingresos por Formatos Enriquecidos o de Vídeo (S110)

- El **32,40%** de los ingresos por formatos integrados y formatos flotantes y desplegados **corresponden a formatos enriquecidos o de vídeo.**



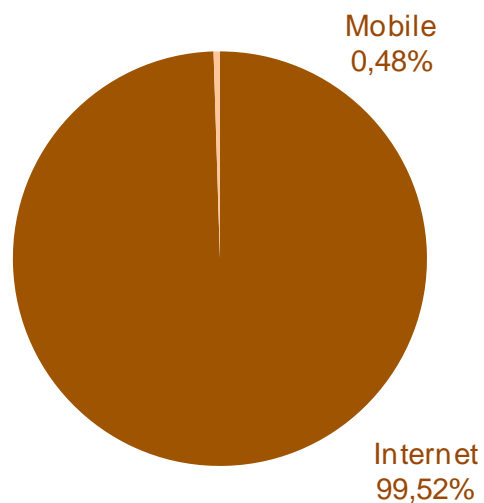
7.

Ingresos en Mobile

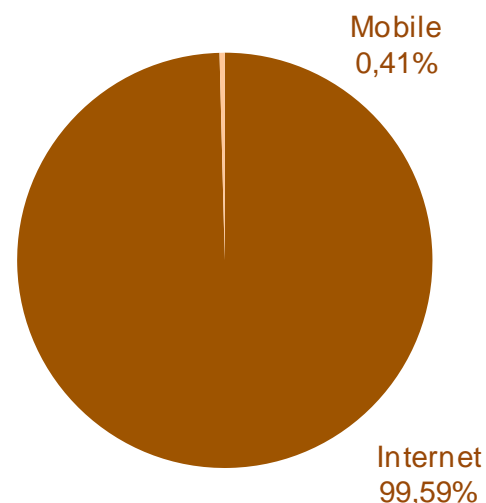
8. Ingresos en Mobile

Ingresos Internet vs Mobile en S110

S109



S110



• Mobile = 1,52 M€
• Internet= 313,87 M€

+1,32 %
+20,25 %

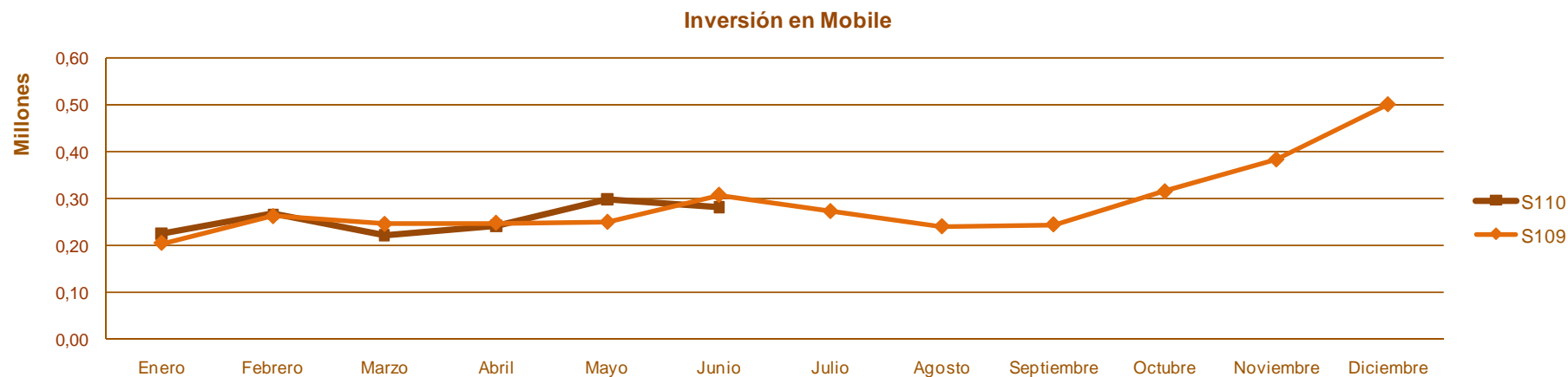
• Mobile = 1,54 M€
• Internet= 377,43 M€

• Datos obtenidos a partir de: 5/36 participantes.

• Datos obtenidos a partir de: 15/44 participantes.

8. Ingresos en Mobile

Distribución de Ingresos Mobile en S110



8. Ingresos en Mobile

Anunciantes Mobile en S110

MOBILE	1	BLINKO
	2	NEOMOBILE
	3	ZAMANO
	4	GAMELOFT
	5	FOX
	6	PS MOVILES
	7	TELEFONICA MOVILES
	8	VODAFONE
	9	HEWLETT PACKARD
	10	LOUIS VUITTON MOET HENNESSY
	11	EL CORTE INGLES
	12	MERCEDES
	13	ORANGE
	14	VOLKSWAGEN-AUDI ESPAÑA
	15	MICROSOFT
	16	BBVA
	17	KIMIA
	18	L'OREAL
	19	PEUGEOT
	20	GENERALITAT CATALUNYA

•Datos obtenidos a partir de 12 / 15 empresas que han reportado ingresos en MOBILE

8.

Contexto internacional

Datos internacionales S1 2010 vs S1 2009



- 12.100 MM \$ S1 2010 >> +11,3%
- Search (47%): 5.747 MM \$ >> +11,6%
- Display (36%): 4.356 MM \$ >> +16%
- Clasificados (10%): 1.262 MM \$ >> +13%
- Generación de leads (5%): 642 MM \$ >> -11,9%
- Email (1%): 120 MM \$ >> -19,5%

Datos internacionales S1 2010 vs S1 2009



- **1.969 MM £ >> +10%**
 - Search (59,9%): 1.180 MM £ >> **+8,9%**
 - Display (19,3%): 381 MM £ >> **+6,4%**
 - Clasificados (19,2%): 379 MM £ >> **+11,4%**
 - Generación de leads (1%): 21,6 MM £
- Internet: **24,3%** de la tarta publicitaria

Datos internacionales S1 2010 vs S1 2009



Estimaciones para el conjunto del año 2010*



- **5.067 MM € >> +19%**
 - Search (36,8%): 1.867 MM € >> **+15%**
 - Display (56,4%): 2.861 MM € >> **+23%**
 - Afiliación (6,7%): 339 MM € >> **+10%**

- Internet: **18,8%** de la tarta publicitaria

* Cifras brutas



Inspirational WWWedding



NO TE PIERDAS ♥
LA GRAN BODA DEL AÑO
23 y 24 de noviembre, en el **Palacio de Congresos de Madrid**

.FOX

EL MUNDO.es

eyewonder
A JAGGERS NETWORK COMPANY

facebook

groupm

hi-media
On-line media group

media contacts

mediamind
The world's leading

Microsoft Advertising

Orange Advertising Network

Telefonica

YAHOO!

*connectedthinking



comunicacion@iabspain.net

