



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

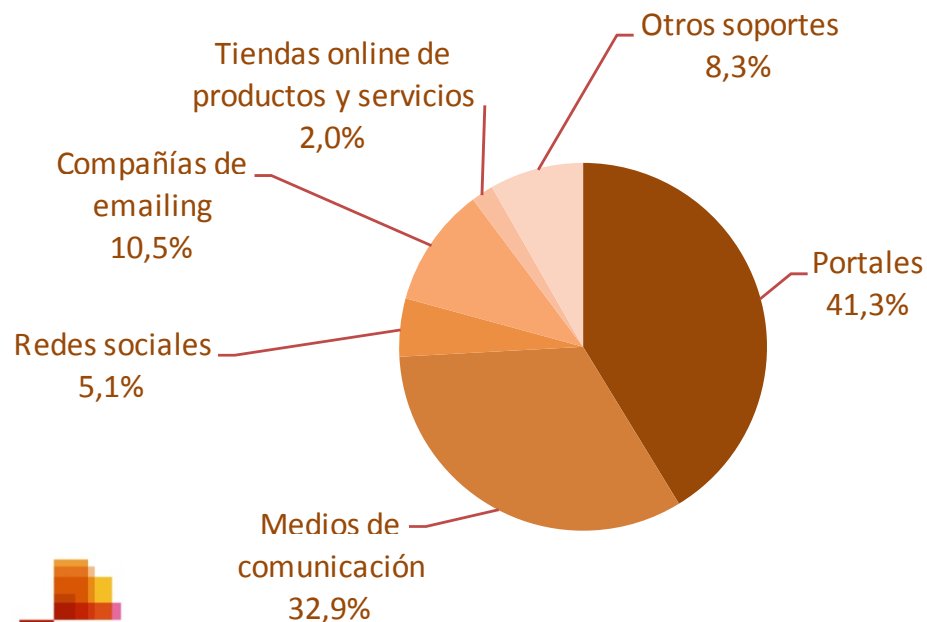


Tipología de webs participantes

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

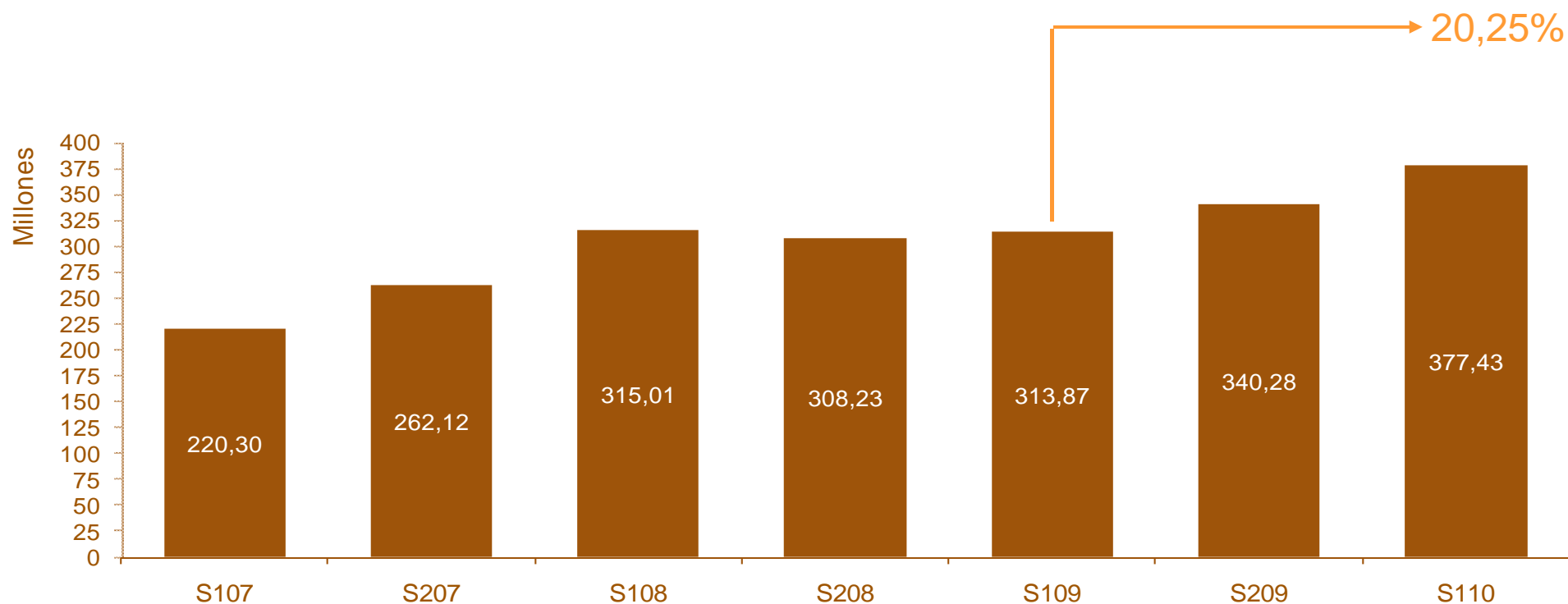
- 1.- Análisis de resultados del S110**
- 2.- Ingresos en Search y Gráfica**
- 3.- Estacionalidad de la inversión**
- 4.- Análisis publicidad Gráfica: Concentración, sectores y anunciantes**
- 5.- Ingresos por modelo de *pricing***
- 6.- Ingresos por tipo de formato**
- 7.- Ingresos en Mobile**
- 8.-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



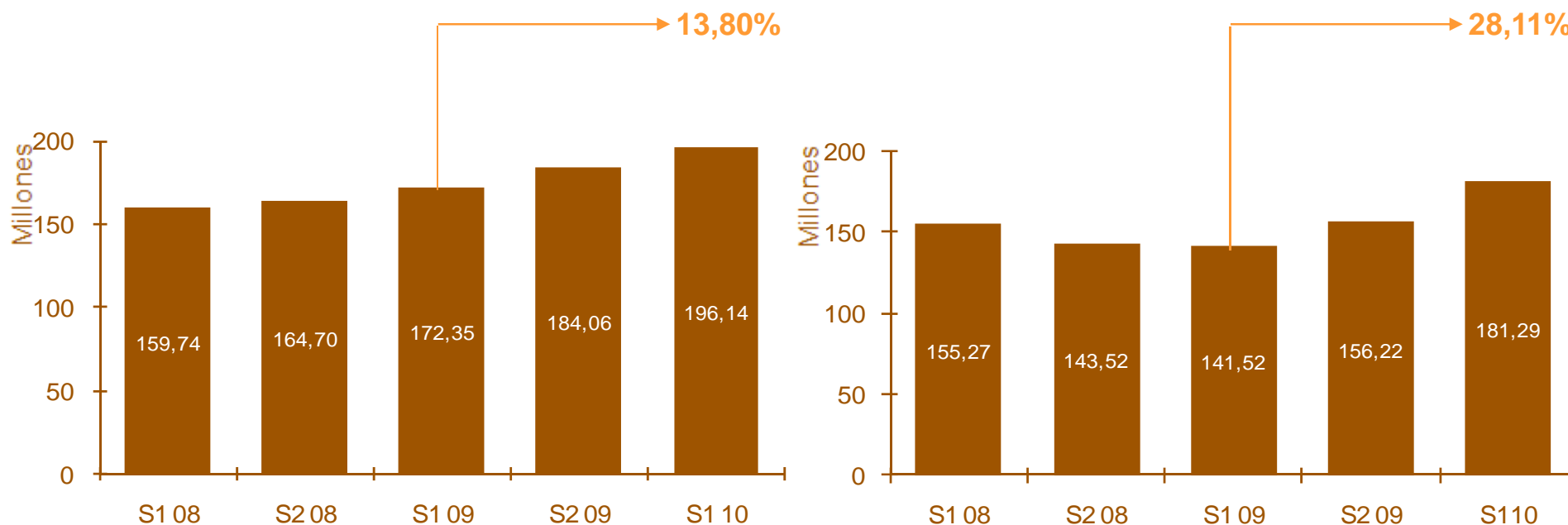
181,29 M€



48%

3. Ingresos en Search y Gráfica

Evolución facturación semestral S108 - S110



• Evolución de la facturación semestral de buscadores y enlaces patrocinados

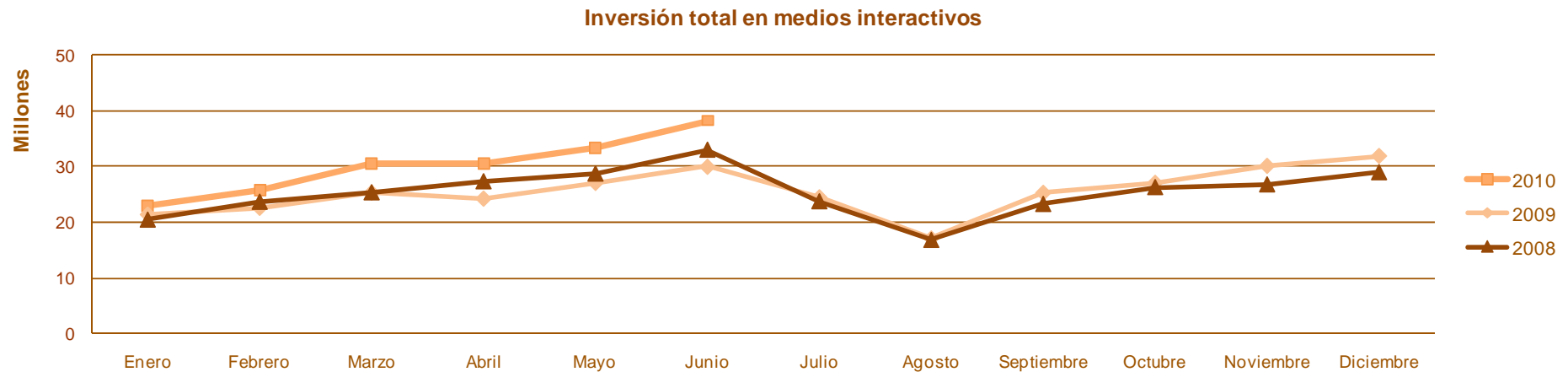
• Evolución de la facturación semestral de formatos gráficos

3.

Publicidad Gráfica Estacionalidad de la inversión

2. Estacionalidad de la Inversión

Estacionalidad mensual en medios interactivos S110 (Display)



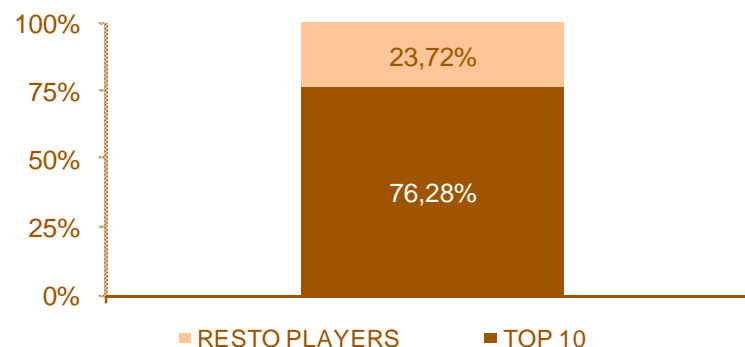
4.

Publicidad gráfica: Concentración, sectores y anunciantes

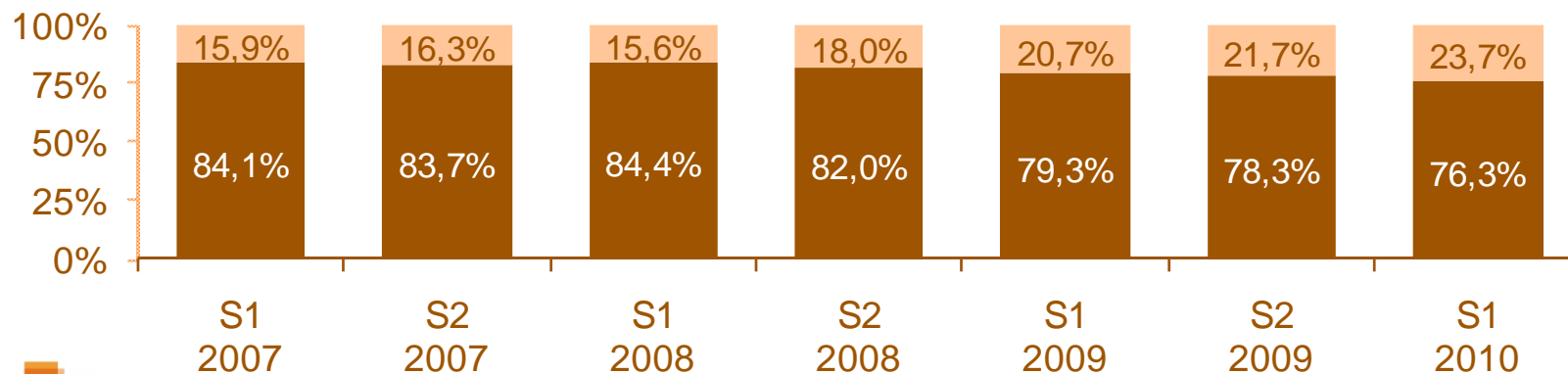
3. Análisis publicidad Gráfica

Nivel de concentración del sector S110

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

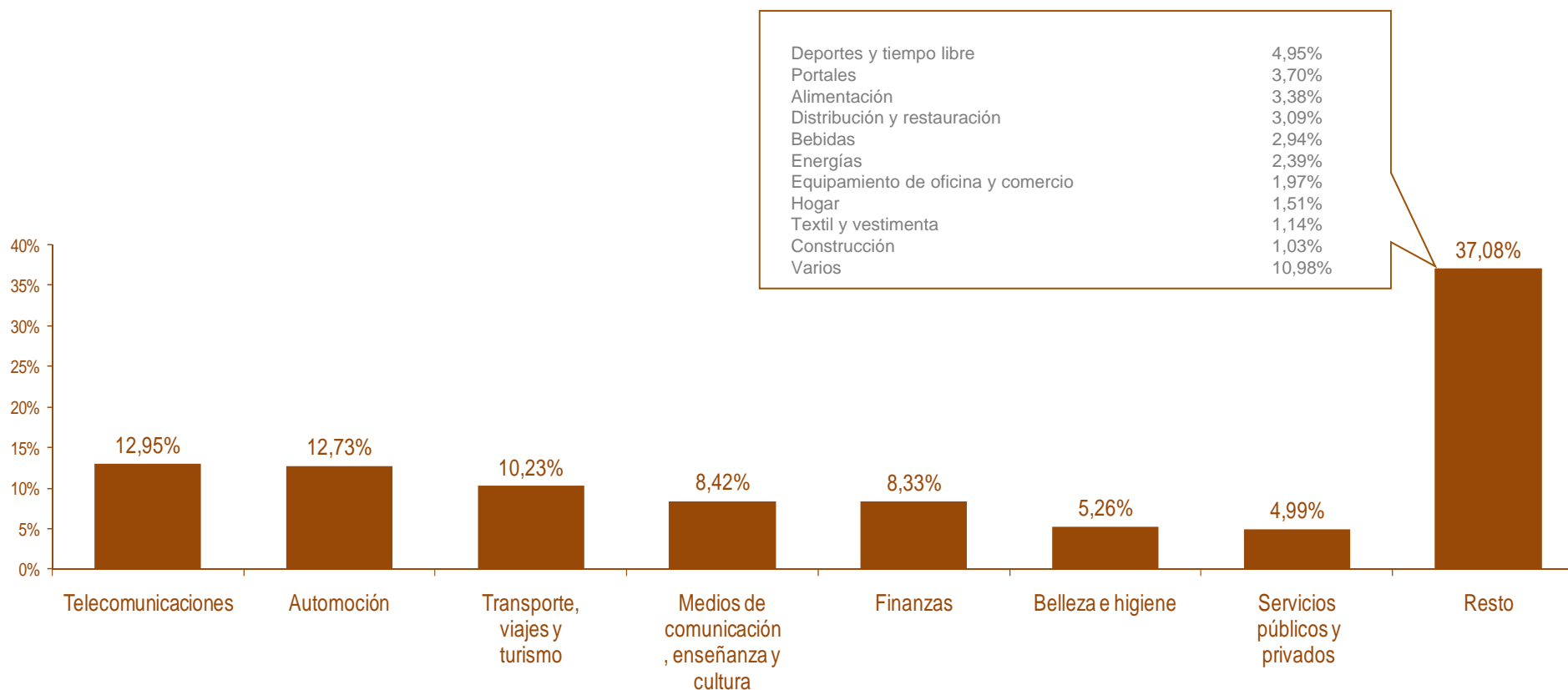


Evolución de la concentración del sector S107-S110



3. Análisis publicidad Gráfica

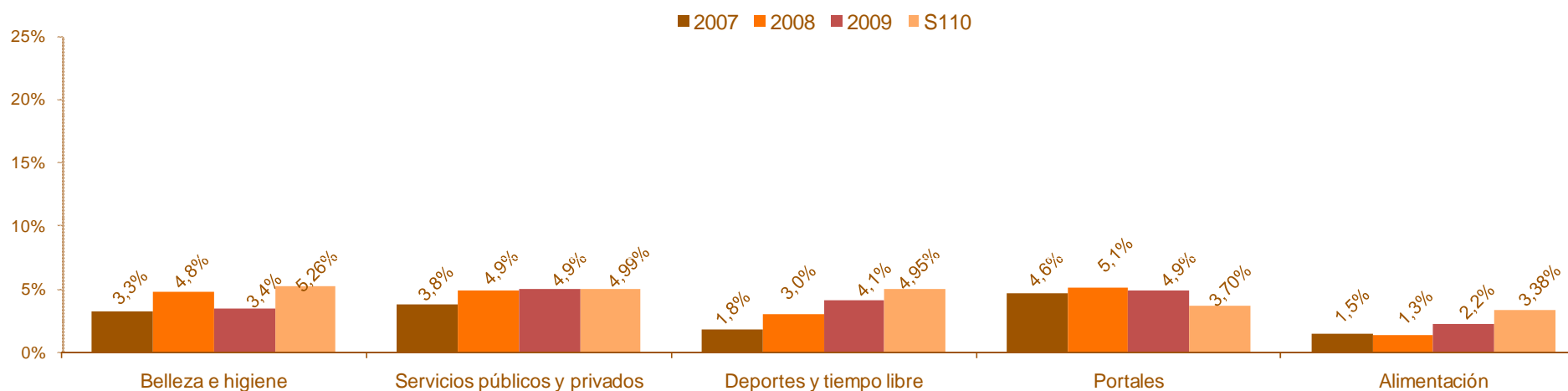
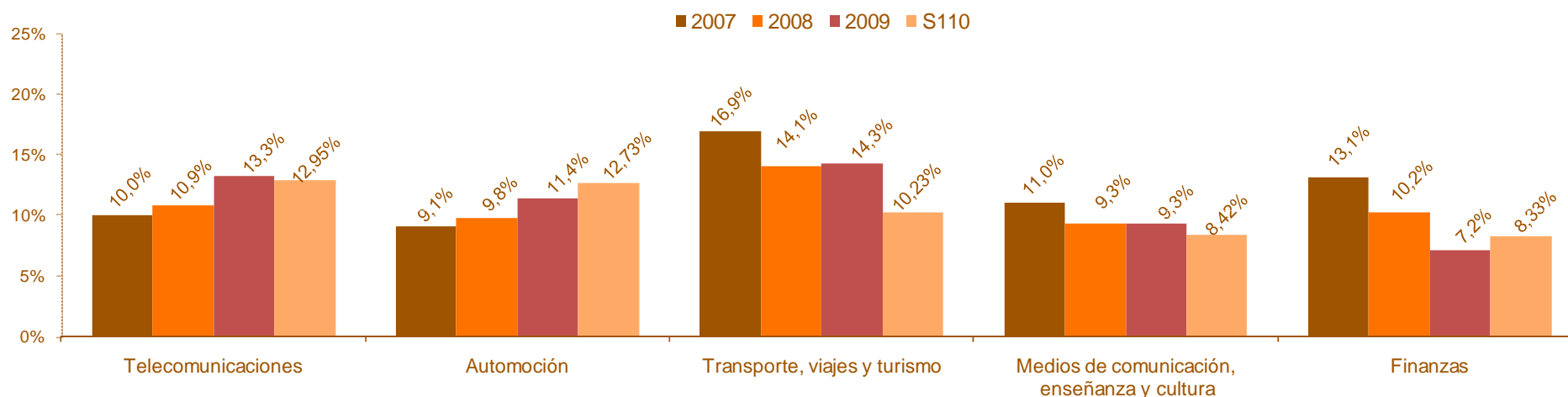
Ingresos por la actividad del anunciante en Internet S110



• 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

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 |

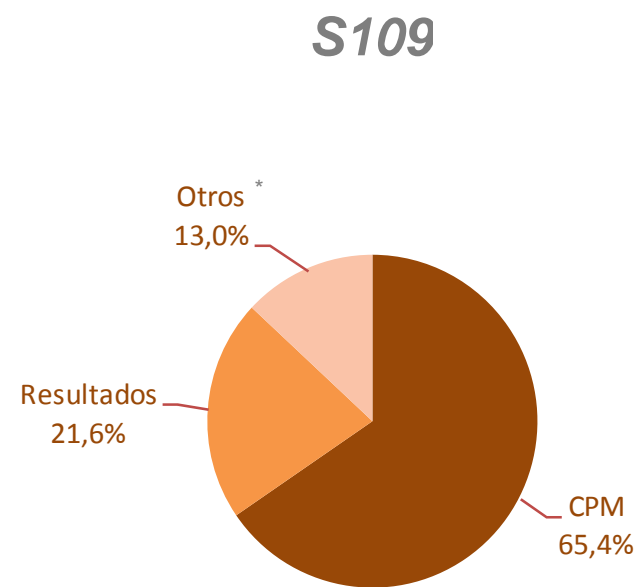
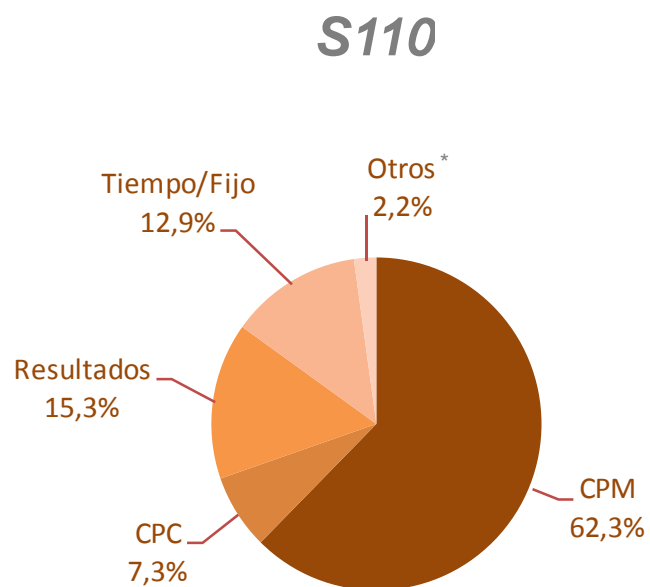
| | | |
|----------------------|----|-------------------|
| 6. Belleza e Higiene | 1 | UNILEVER |
| | 2 | PROCTER & GAMBLE |
| | 3 | L'OREAL |
| | 4 | ESTEE LAUDER |
| | 5 | JOHNSON & JOHNSON |
| | 6 | NIVEA |
| | 7 | ARBORA & AUSONIA |
| | 8 | VITALDENT |
| | 9 | ANTONIO PUIG |
| | 10 | SHISEIDO |

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

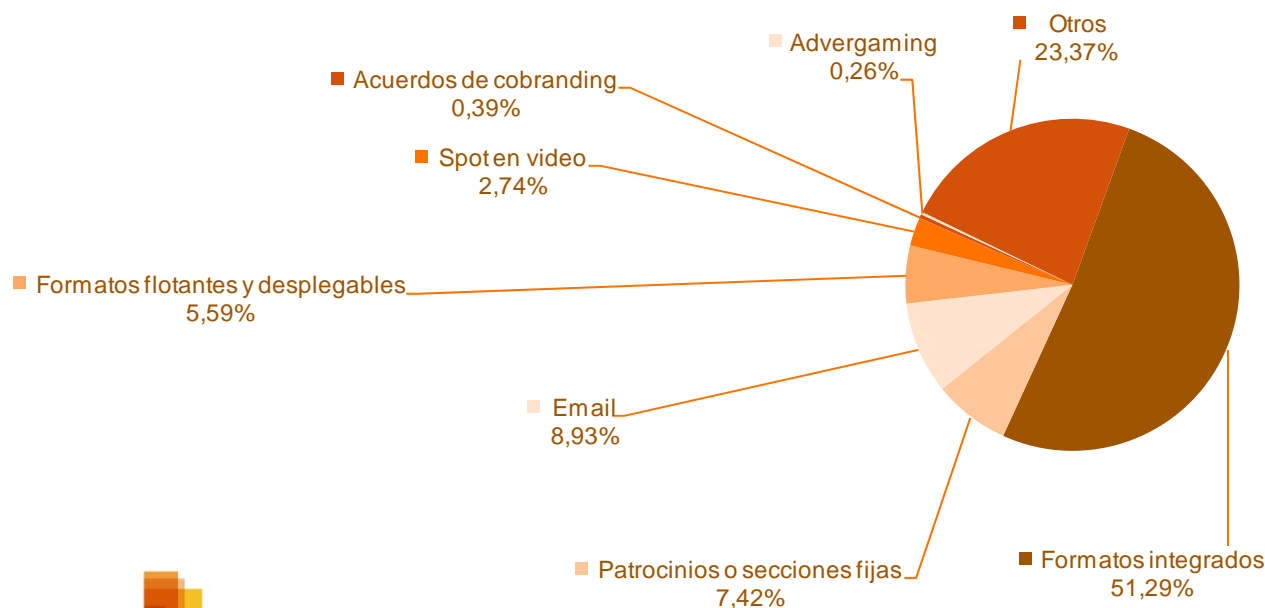
6.

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% |

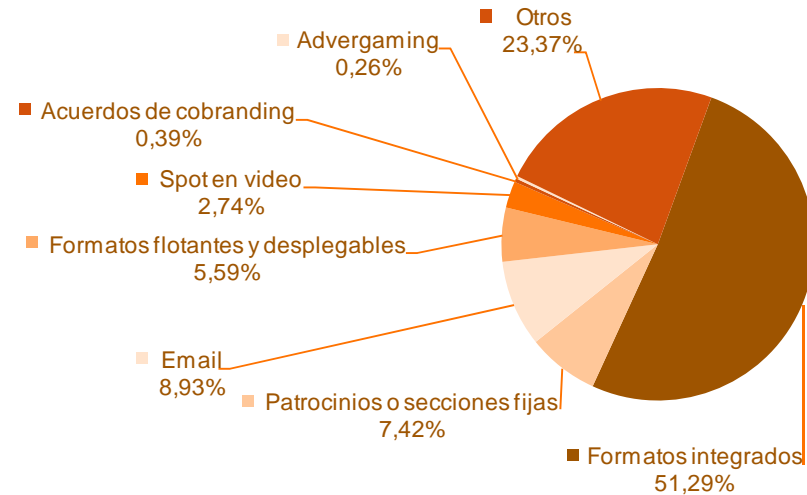


• Datos obtenidos a partir de 38/44 participantes que han contestado a la pregunta en el S110

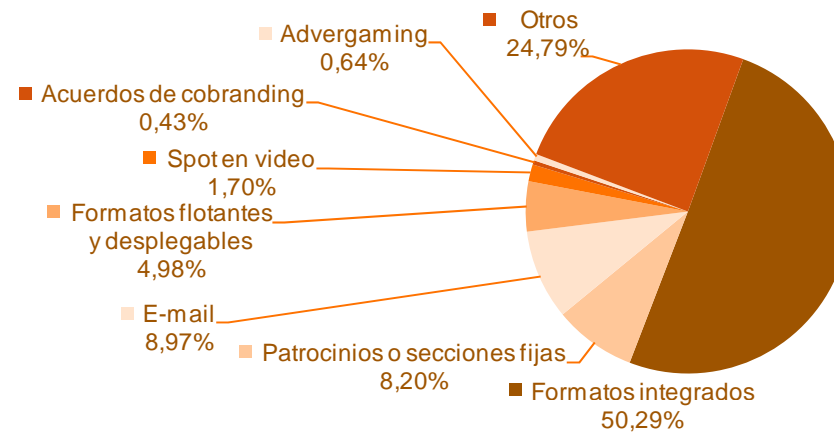
6. Ingresos por tipo de formato

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

S110



S109

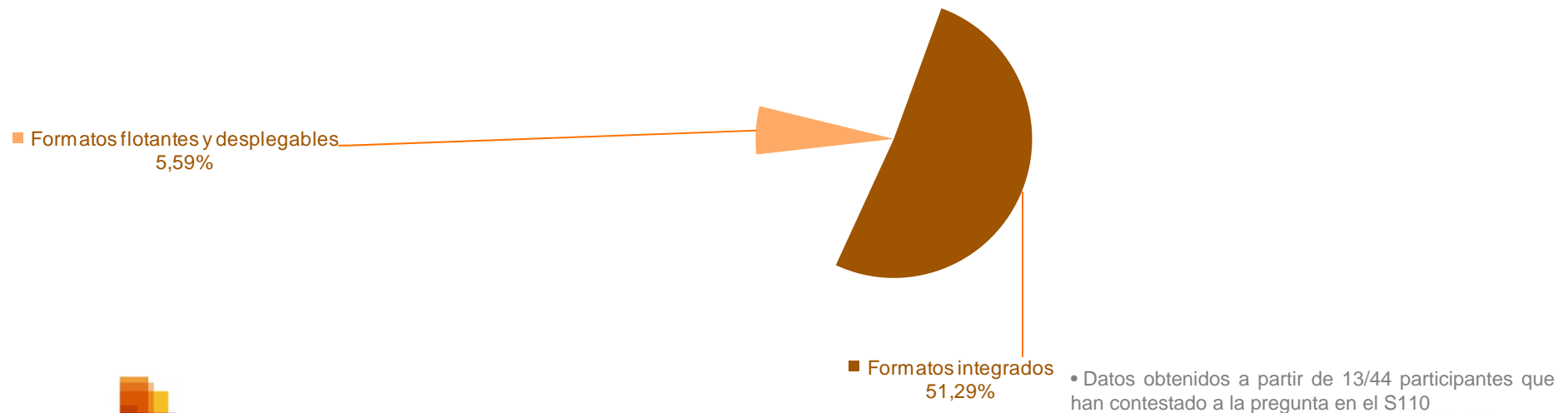


• Datos obtenidos a partir de 38/44 participantes que han contestado a la pregunta en el S110

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.**



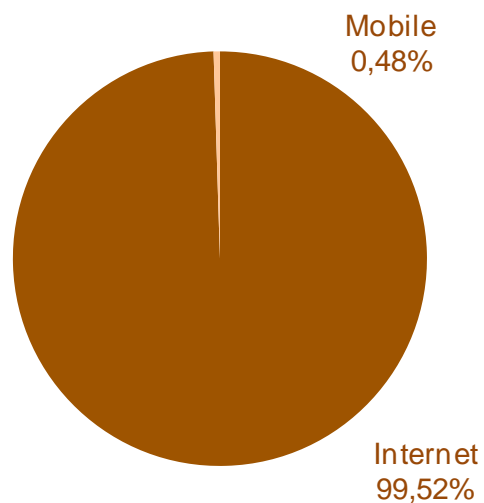
7.

Ingresos en Mobile

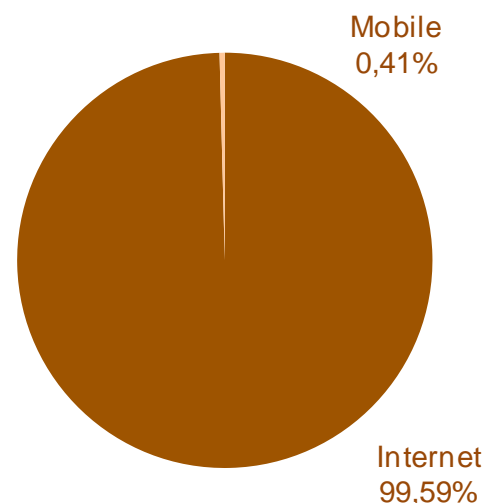
8. Ingresos en Mobile

Ingresos Internet vs Mobile en S110

S109



S110



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

+1,32 %
+20,25 %

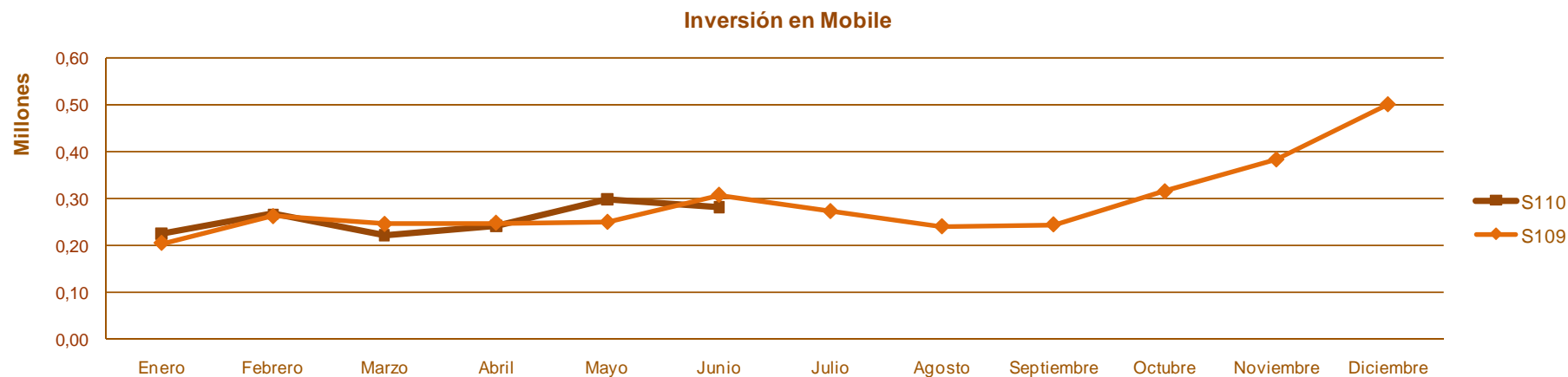
• Mobile = 1,54 M€
• Internet = 377,43 M€

• 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

