

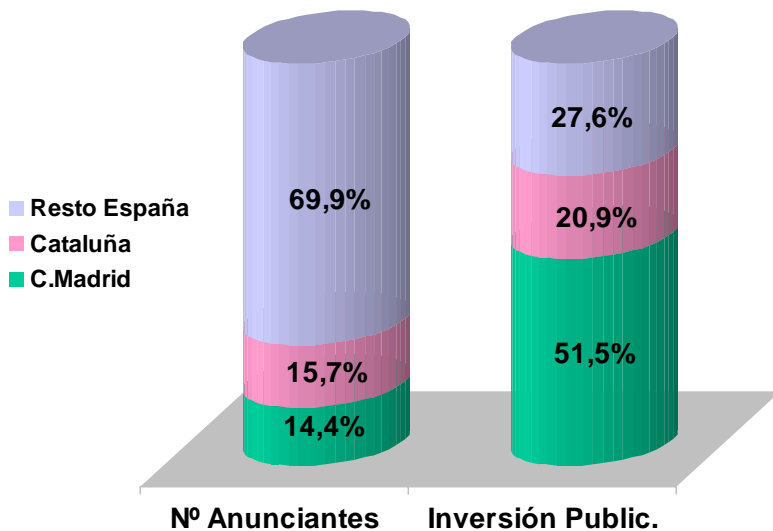
Estudio de
Agencias de **P**ublicidad y **A**gencias de **M**edios
 en **España 2007**

Madrid, 10 de julio 2007

Con la colaboración de



Anunciantes 2006



Anunciantes 2006

Lo anteriormente expuesto supone que la inversión media realizada por los anunciantes de cada Comunidad varia sustancialmente:

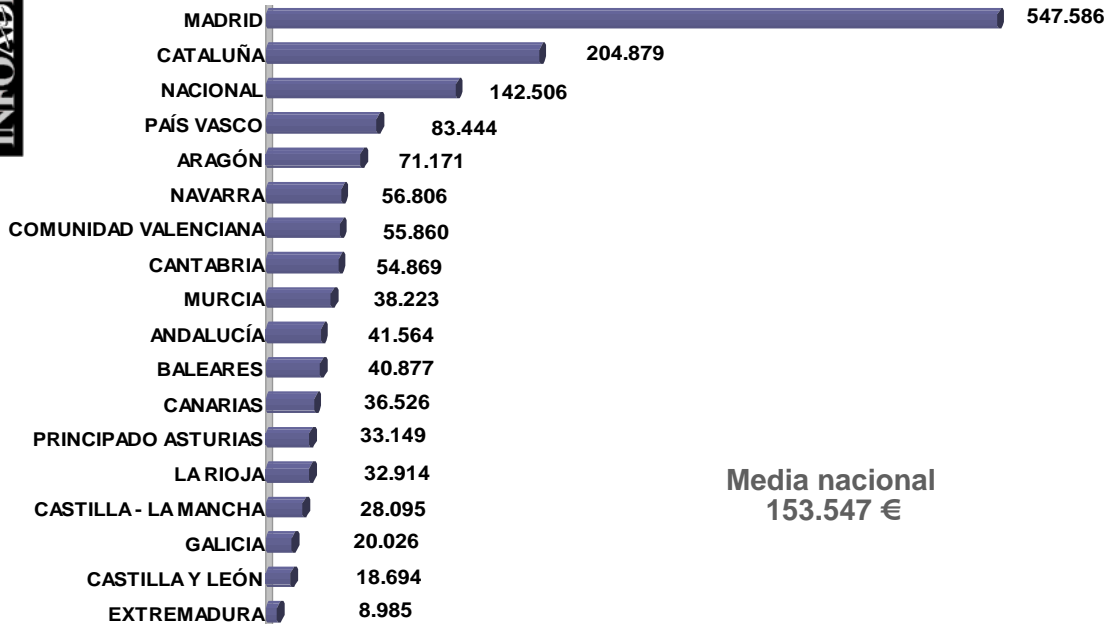


- C. Madrid **547.586 €**
- Cataluña **204.879 €**



- Castilla y León **18.694 €**
- Extremadura **8.985 €**

Inversión Media por Anunciante y por Comunidades en 2006



Ranquin de Marcas

Según inversión 2006 en millones de €

| | | <u>2.006</u> | <u>2005</u> | <u>% incr.</u> |
|----|----------------------------|--------------|-------------|----------------|
| 1 | MOVISTAR | 90,8 | 101,8 | -10,7 |
| 2 | EL CORTE INGLÉS | 88,8 | 88,0 | 1,0 |
| 3 | ING DIRECT | 58,1 | 61,9 | -6,2 |
| 4 | O.N.C.E. | 57,7 | 45,8 | 26,0 |
| 5 | VODAFONE | 53,6 | 64,1 | -16,3 |
| 6 | TELEFÓNICA | 45,6 | 35,6 | 27,9 |
| 7 | MARSANS | 44,4 | 30,6 | 45,0 |
| 8 | EL CORTE INGLÉS (viajes) | 34,3 | 29,4 | 16,7 |
| 9 | DANONE | 34,1 | 29,4 | 16,1 |
| 10 | DIRECCION GENERAL TRÁFICO | 33,8 | 28,2 | 19,5 |
| 11 | LA CAIXA | 33,2 | 25,2 | 32,1 |
| 12 | NOKIA | 32,4 | 35,5 | -8,7 |
| 13 | ENDESA | 28,0 | 13,0 | 115,1 |
| 14 | PASCUAL | 25,0 | 27,2 | -8,2 |
| 15 | COCA COLA | 24,6 | 19,2 | 27,8 |
| 16 | CORPORACION DERMOESTÉTICA | 23,5 | 22,7 | 3,7 |
| 17 | ORANGE | 22,8 | | |
| 18 | CEAC | 22,6 | 24,3 | -7,2 |
| 19 | ONO | 22,5 | 10,3 | 117,5 |
| 20 | PLANETA DIRECTO | 22,5 | 15,9 | 40,8 |

**Total 20 primeras
marcas**

798,2

708,2

12,7

Ranquin de Marcas

Según inversión 2006 en millones de €

| | | <u>2.006</u> | <u>2005</u> | <u>% incr.</u> |
|----|----------------------------|--------------|-------------|----------------|
| 1 | MOVISTAR | 90,8 | 101,8 | -10,7 |
| 2 | EL CORTE INGLÉS | 88,8 | 88,0 | 1,0 |
| 3 | ING DIRECT | 58,1 | 61,9 | -6,2 |
| 4 | O.N.C.E. | 57,7 | 45,8 | 26,0 |
| 5 | VODAFONE | 53,6 | 64,1 | -16,3 |
| 6 | TELEFÓNICA | 45,6 | 35,6 | 27,9 |
| 7 | MARSANS | 44,4 | 30,6 | 45,0 |
| 8 | EL CORTE INGLÉS (viajes) | 34,3 | 29,4 | 16,7 |
| 9 | DANONE | 34,1 | 29,4 | 16,1 |
| 10 | DIRECCION GENERAL TRÁFICO | 33,8 | 28,2 | 19,5 |
| 11 | LA CAIXA | 33,2 | 25,2 | 32,1 |
| 12 | NOKIA | 32,4 | 35,5 | -8,7 |
| 13 | ENDESA | 28,0 | 13,0 | 115,1 |
| 14 | PASCUAL | 25,0 | 27,2 | -8,2 |
| 15 | COCA COLA | 24,6 | 19,2 | 27,8 |
| 16 | CORPORACION DERMOESTÉTICA | 23,5 | 22,7 | 3,7 |
| 17 | ORANGE | 22,8 | | |
| 18 | CEAC | 22,6 | 24,3 | -7,2 |
| 19 | ONO | 22,5 | 10,3 | 117,5 |
| 20 | PLANETA DIRECTO | 22,5 | 15,9 | 40,8 |

Total 20 primeras
marcas

798,2

708,2

12,7

Agencias de Publicidad 2006

- Se ha realizado el análisis de las cuentas de **84 oficinas/agencias**, que han gestionado durante 2006 un total de **55.894 marcas/modelo**, que se agrupan en **3.264 marcas directas**, correspondientes a un total de **1.102 anunciantes**
- La inversión atribuida asciende a **3.354,0 Mill. €** lo que representa el **48,4%** de la inversión publicitaria controlada en valores estimados como reales del año 2006

Peso relativo de las **A**gencias en el mercado en **2006**

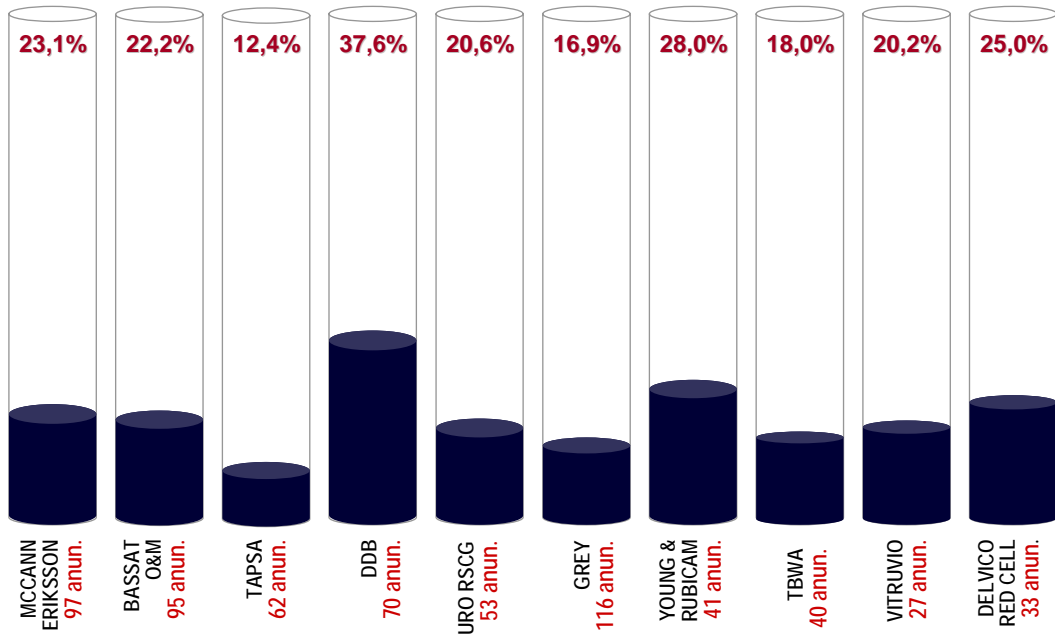
| | <u>inversión controlada</u> | <u>nº anunciantes</u> | <u>inv. media anunciante</u> |
|------------------------|-----------------------------|-----------------------|------------------------------|
| Total Mercado | 6.931,1 M.€ | 45.140 | 153.500 € |
| Agencias de Publicidad | 3.354,0 M.€ | 1.102 | 3.043.500 € |
| % | 48,4 % | 2,4% | 1.982,7% |

| | <u>inversión controlada</u> | <u>nº marcas(*)</u> | <u>inv. media marca</u> |
|------------------------|-----------------------------|---------------------|-------------------------|
| Total Mercado | 6.931,1 M.€ | 66.460 | 104.000 € |
| Agencias de Publicidad | 3.354,0 M.€ | 3.264 | 1.027.600 € |
| % | 48,4 % | 4,9% | 988,1% |

(*) *marcas directas*

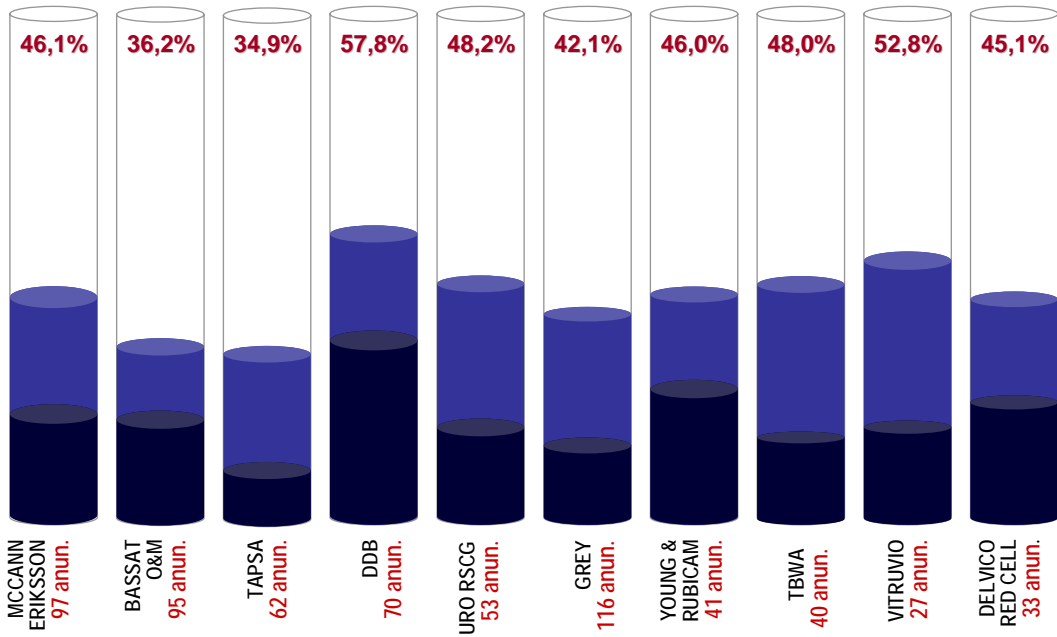
Agencias de Publicidad 2006

% inversión del primer anunciante sobre el total Agencia



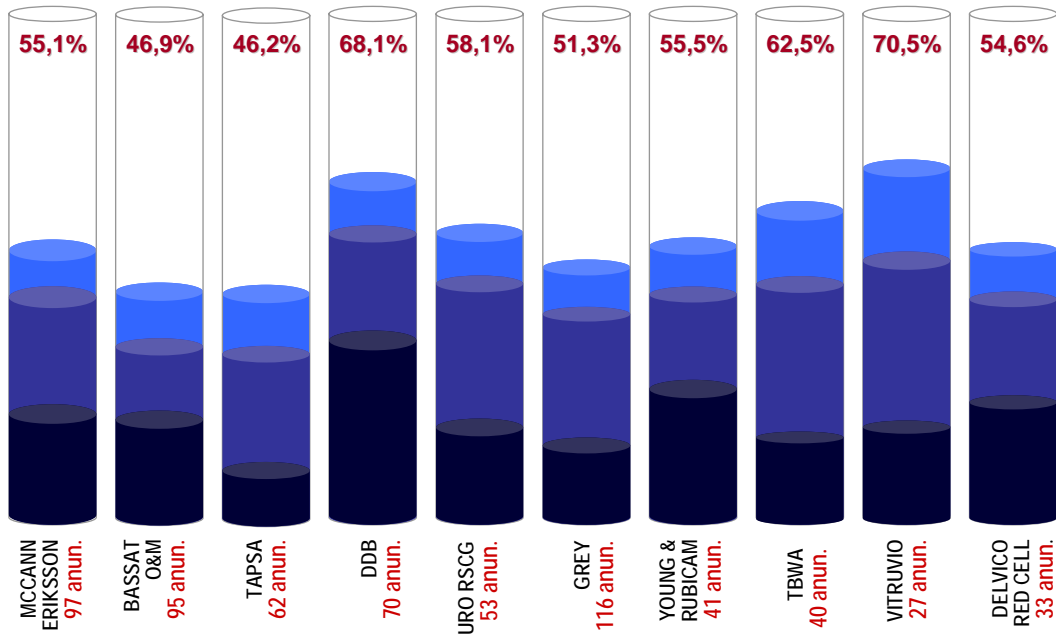
Agencias de Publicidad 2006

% inversión de los tres primeros anunciantes sobre el total Agencia



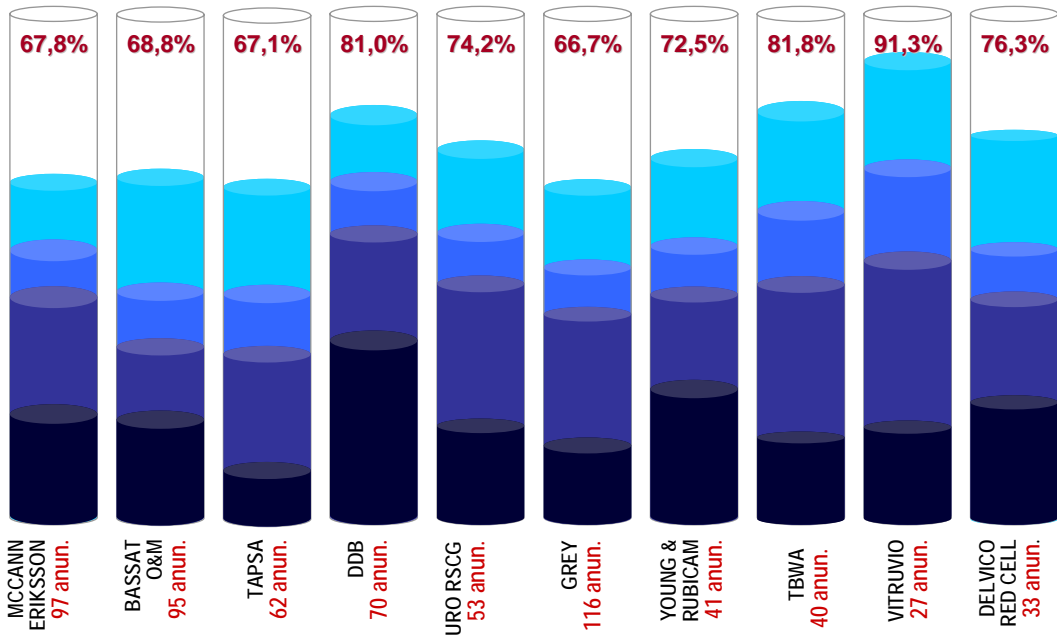
Agencias de Publicidad 2006

% inversión de los cinco primeros anunciantes sobre el total Agencia



Agencias de Publicidad 2006

% inversión de los diez primeros anunciantes sobre el total Agencia

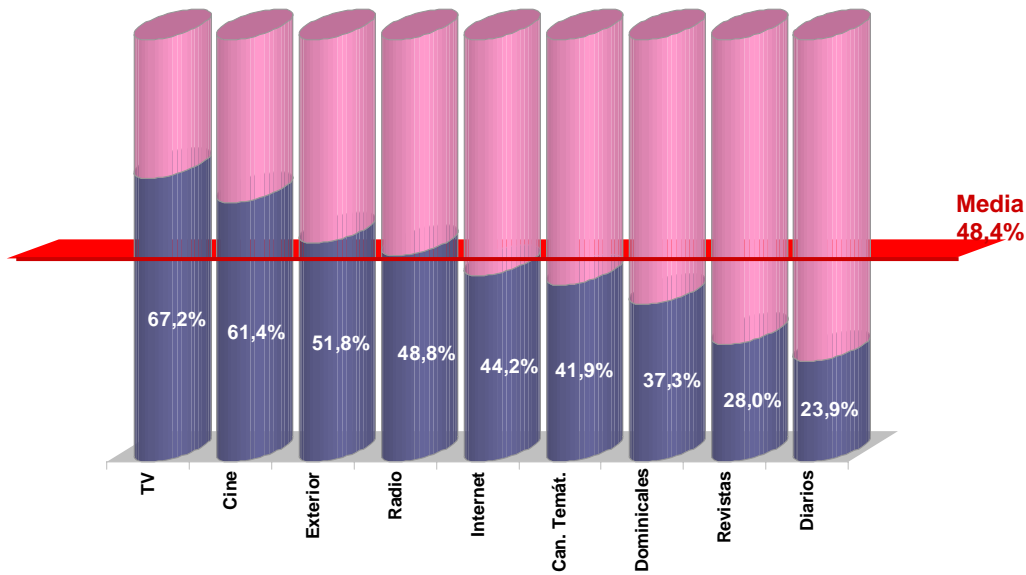


Agencias de Publicidad 2006

Imputación Inversión Gestionada por Medios

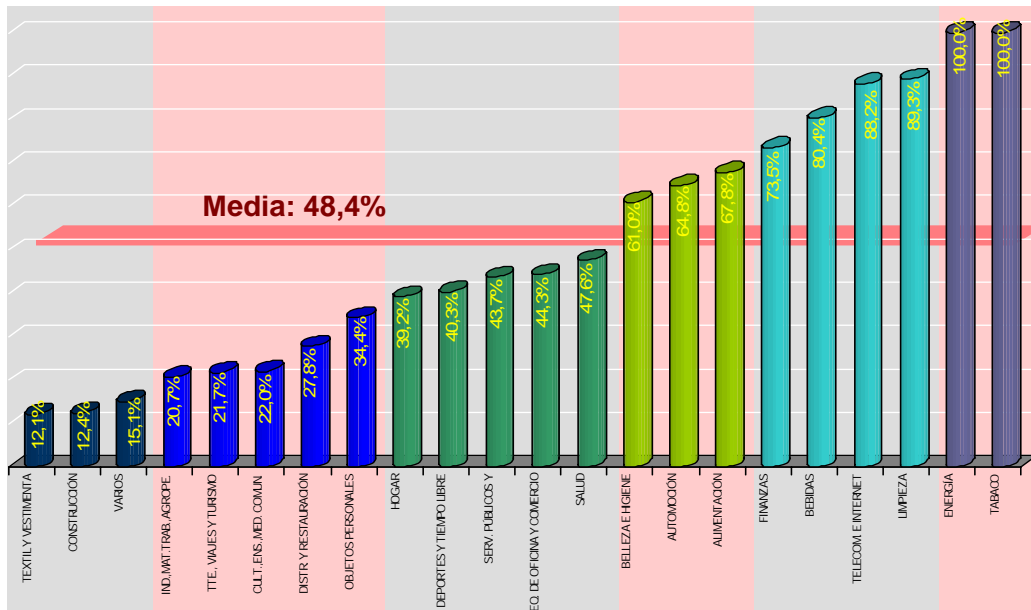
■ IMPUTADA

■ NO IMPUTADA



Agencias de Publicidad 2006

Análisis de Inversión Gestionada Imputada por Sector



Agencias de Publicidad 2006

Ranquin de Agencias por Inversión Gestionada

| | AGENCIA | Mill. € | %S/TOTAL |
|----|------------------------|---------|----------|
| 1 | MCCANN-ERICKSON | 460,2 | 13,7% |
| 2 | BASSAT OGILVY & MATHER | 288,3 | 8,6% |
| 3 | TAPSA | 229,9 | 6,9% |
| 4 | DDB | 229,8 | 6,9% |
| 5 | EURO RSCG ESPAÑA | 222,8 | 6,6% |
| 6 | GREY | 199,6 | 5,9% |
| 7 | YOUNG & RUBICAM | 196,7 | 5,9% |
| 8 | TBWA\ESPAÑA | 187,7 | 5,6% |
| 9 | VITRUVIO LEO BURNETT | 143,1 | 4,3% |
| 10 | DELVICO RED CELL | 126,4 | 3,8% |
| 11 | TIEMPO BBDO | 123,1 | 3,7% |
| 12 | PUBLICIS ESPAÑA | 122,4 | 3,6% |
| 13 | SEÑORA RUSHMORE | 115,5 | 3,4% |
| 14 | JWT SPAIN | 91,3 | 2,7% |
| 15 | CONTRAPUNTO | 87,9 | 2,6% |

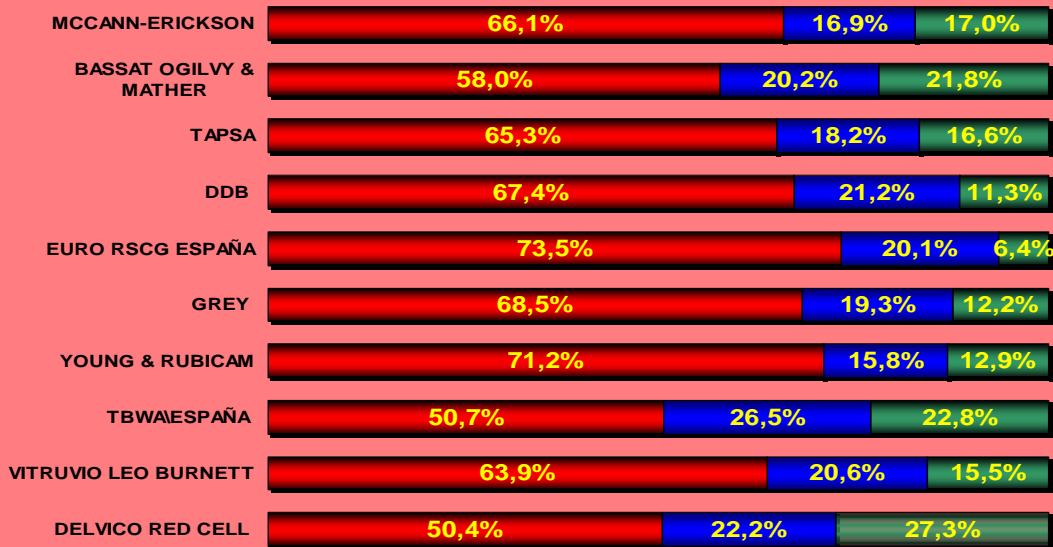
Agencias de Publicidad 2006

Ranquin de Agencias por Inversión Gestionada

.../...

| | AGENCIA | Mill. € | %S/TOTAL |
|----|----------------------------------|--------------|-------------|
| 16 | SAATCHI & SAATCHI | 56,5 | 1,7% |
| 17 | RED REMO | 45,8 | 1,4% |
| 18 | GONZALEZ, ARIAS & PARTNERS | 34,7 | 1,0% |
| 19 | ARNOLDFUEL | 28,3 | 0,8% |
| 20 | BAP&CONDE | 27,5 | 0,8% |
| 21 | RICARDO PEREZ A SOCIADOS | 26,4 | 0,8% |
| 22 | KAPLAN DF | 21,2 | 0,6% |
| 23 | LINEA CLARA | 21,0 | 0,6% |
| 24 | EL LABORATORIO SPRINGER & JACOBY | 20,7 | 0,6% |
| 25 | SHACKLETON AD | 20,7 | 0,6% |
| 26 | MUNTAÑOLA COMUNICACION | 19,8 | 0,6% |
| 27 | EUREKA/N.W.AYER | 17,7 | 0,5% |
| 28 | ROAD | 16,9 | 0,5% |
| 29 | GRUPO ZAPPING COMUNICACION | 16,5 | 0,5% |
| 30 | FMRG | 15,0 | 0,4% |
| | RESTO AGENCIAS | 140,7 | 4,2% |

Analisis de la distribución por Medios de la Inversión Gestionada por las 10 Primeras Agencias 2006



■ TV + TT

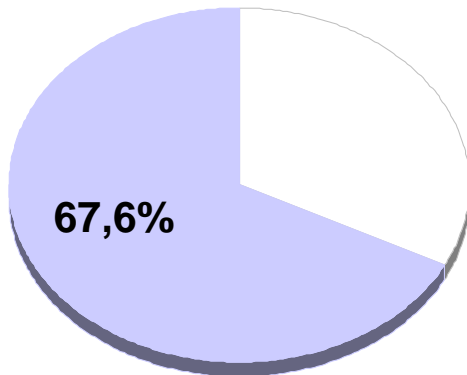
■ PRENSA

■ RESTO MEDIOS

Agencias de Medios 2006

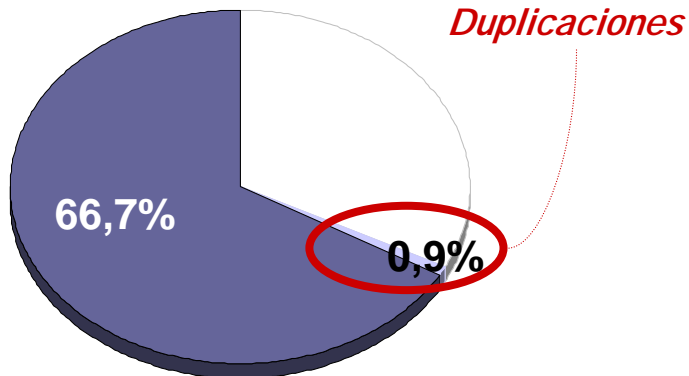
- Se han analizado las cuentas de **28** Oficinas/Agencias de Medios, y se ha imputado inversión a **93.548 marcas/modelo** directas, que se presentan agrupadas en **6.847 marcas directas**, pertenecientes a **1.740 anunciantes**
- La suma de la **inversión gestionada atribuida** asciende a **4.682,1 Mill. €**, lo que representa el **66,7%** de la inversión publicitaria controlada en valores estimados como reales del año 2006

Agencias de Medios 2006



Agregación de la inversión gestionada atribuida a las Agencias

Agencias de Medios 2006



Agregación de la inversión gestionada atribuida a las Agencias

Inversión gestionada consolidada (1 sola vez cada cuenta)

Peso relativo de las **A**gencias en el mercado en **2006**

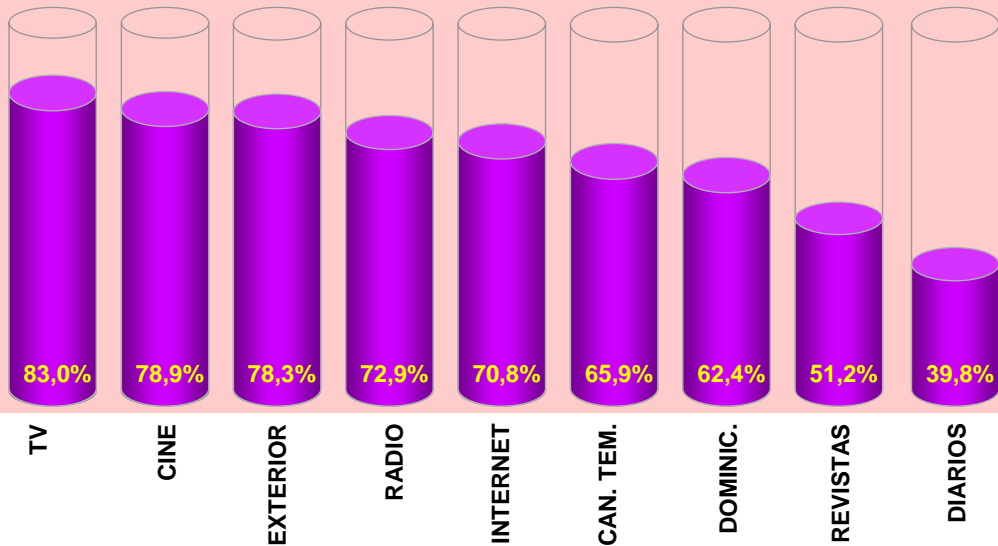
| | <u>inversión controlada</u> | <u>nº anunciantes</u> | <u>inv. media anunciante</u> |
|--------------------|-----------------------------|-----------------------|------------------------------|
| Total Mercado | 6.931,1 M.€ | 45.140 | 153.500 € |
| Agencias de Medios | 4.625,0 M.€ | 1.740 | 2.658.000 € |
| % | 66,7 % | 3,9% | 1.731,6% |

| | <u>inversión controlada</u> | <u>nº marcas(*)</u> | <u>inv. media marca</u> |
|--------------------|-----------------------------|---------------------|-------------------------|
| Total Mercado | 6.931,1 M.€ | 66.460 | 104.000 € |
| Agencias de Medios | 4.625,0 M.€ | 6.847 | 675.000 € |
| % | 66,7 % | 10,3% | 649,5% |

(*) *marcas directas*

Agencias de Medios 2006

Imputación Inversión por medios



Agencias de Medios 2006

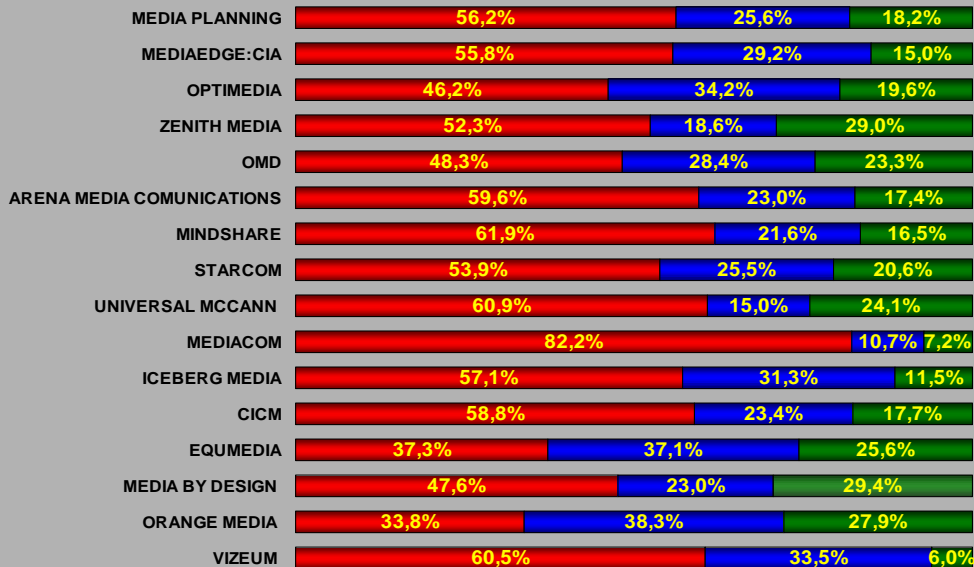
Ranquin por inversión gestionada en Mill. €

| AGENCIAS DE MEDIOS | €Inversión Imputada 2006 |
|------------------------------|--------------------------|
| MEDIA PLANNING | 847,6 |
| MEDIAEDGE:CIA (total compra) | 512,2 |
| - FOCUS MEDIA | 92,7 |
| - SCM | 13,8 |
| OPTIMEDIA | 496,7 |
| ZENITH MEDIA | 494,3 |
| OMD | 408,8 |
| ARENA MEDIA COMMUNICATIONS | 376,3 |
| MINDSHARE | 332,8 |
| STARCOM (total compra) | 329,5 |
| - CENCOMED | 60,2 |
| UNIVERSAL MCCANN | 318,5 |
| MEDIACOM | 236,9 |
| ICEBERG MEDIA | 104,2 |
| CICM | 85,0 |
| EQUUMEDIA | 63,0 |
| MEDIA BY DESIGN | 34,9 |
| ORANGE MEDIA | 29,4 |
| VIZEUM | 12,1 |
| Total general | 4.682,1 |

(*)

(*) SCM cursa a través de Red de Medios

Distribución por medios de la Inversión Gestionada por cada Agencia de Medios en 2006



■ Televisión

■ Prensa

■ Resto

Agencias de Medios en 2006

% Imputación Inversión Gestionada por Sectores

| | SECTOR | Inversión Imputada | % s/ Total Inversión |
|------------------------|---------------------------|--------------------------|----------------------|
| > 80% | ENERGÍA | 104,6 | 97,9% |
| | TABACO | 0,1 | 93,2% |
| | TELECOM. E INTERNET | 480,6 | 92,8% |
| | ALIMENTACIÓN | 482,7 | 88,1% |
| | FINANZAS | 459,2 | 88,0% |
| | BEBIDAS | 313,2 | 87,7% |
| | LIMPIEZA | 77,7 | 84,8% |
| | BELLEZA E HIGIENE | 527,2 | 84,8% |
| | AUTOMOCIÓN | 838,8 | 83,4% |
| Entre 50% y 70% | CULT., ENS., MED.COMUNIC. | 585,5 | 68,4% |
| | OBJETOS PERSONALES | 121,9 | 63,0% |
| | DISTRIB. Y RESTAURACIÓN | 502,1 | 61,1% |
| | SERV. PÚBL. Y PRIVADOS | 464,1 | 60,4% |
| | TTE., VIAJES Y TURISMO | 335,5 | 60,0% |
| | DEPORTES Y TIEMPO LIBRE | 176,1 | 57,2% |
| | HOGAR | 219,5 | 49,1% |
| Entre 30% y 50% | TEXTIL Y VESTIMENTA | 118,3 | 47,4% |
| | EQ. DE OFIC. Y COMERCIO | 62,0 | 46,3% |
| | SALUD | 102,4 | 37,2% |
| | <30% | IND., MAT.TRAB., AGROPE. | 21,3 |
| CONSTRUCCIÓN | | 234,7 | 27,1% |
| VARIOS | | 703,7 | 21,4% |