

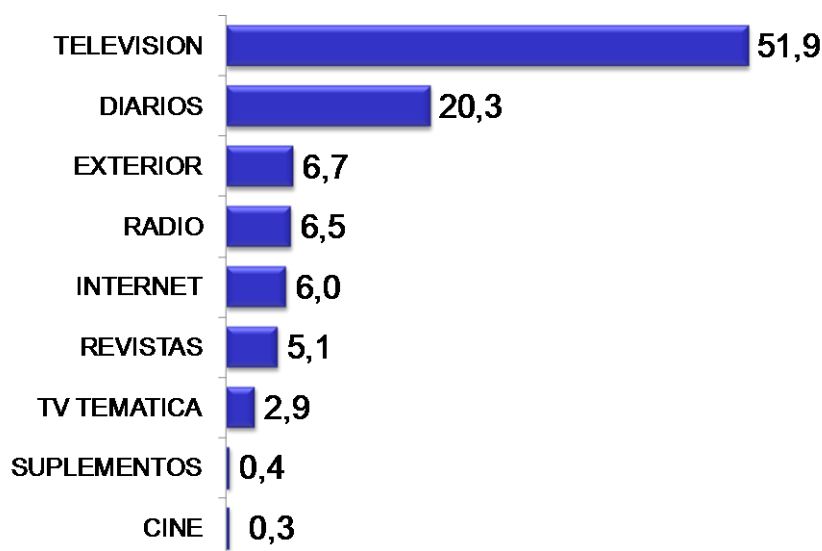


## Publicidad, ¿es eficaz en el sector automoción?

### >> Inversión Publicitaria

En 2010, el sector automoción invirtió en Publicidad 542.6 millones de euros, un 12% más que en el año anterior.

La televisión y los diarios continúan siendo los medios principales para la publicidad de este sector. La televisión absorbió en 2010 más del 50% de toda la inversión publicitaria.



Fuente: Infoadex

### >> Ranking de anunciantes por inversión publicitaria

Volkswagen- AUDI España lidera el ranking de inversión publicitaria de anunciantes del sector automoción en el 2010 con una inversión de 72.5 millones de euros, un 1% más que el año anterior.

Ford entra en el Top5 del ranking de anunciantes del 2010 con un incremento frente a 2009 del 44.4%.

Ranking 2010	Anunciante	Inversión (M€)	Evolución
1	Volkswagen Audi	72,5	1%
2	Seat	39	12,4%
3	Peugeot	37,6	19%
4	Renault	36,3	14,5%
5	Ford	33,8	44,4%

Fuente: Infoadex



## >> Campañas más exitosas del 2010 – Premio BAIT

El Tracking de Publicidad del Automóvil BAIT de TNS evalúa diferentes anuncios en TV en función de las opiniones de más de 5.000 automovilistas representativos de la población con el objetivo de analizar su eficacia en términos de reconocimiento y agrado.

En 2010 las tres campañas más destacadas fueron:



CAMPAÑA	MARCA / MODELO	RECONOCIMIENTO	AGRADÓ MUCHO
"Niño – mando"	Renault	72%	54%
"Emergencia"	Mini	78%	40%
"Disfruta como un niño"	Mercedes Clase C	78%	39%

Fuente: BAIT

## >> Previsiones para 2011

Para 2011 se espera una **estabilización del nivel de inversión**, y se prevé un crecimiento de en torno al **15% en medios digitales**, como Internet y los móviles.

Igualmente 2011 podría traer la consolidación de **nuevos soportes publicitarios** como el video online o la geolocalización y el incremento de las acciones publicitarias relativas a la **postventa y los vehículos de ocasión**.