

EL 58% DE LOS ESPAÑOLES PERCIBE QUE LA PRESIÓN PUBLICITARIA HA CRECIDO EN LOS 2 ÚLTIMOS AÑOS

- Coincide con el incremento de la inversión publicitaria en España publicada por Infoadex (+5.9% en 2014)
- Los jóvenes entre 15 y 24 años son los que mayor sensación de exposición a la publicidad perciben (64%)
- Seis de cada 10 españoles (60%) señala Internet como el medio donde más ha aumentado su exposición a la publicidad, seguido por la televisión (59%)
- En el caso del cine, sólo 3 de cada 10 españoles afirma haber percibido un aumento de la publicidad. Dato que no concuerda con la realidad, con un aumento de la inversión publicitaria del 16% entre 2012 y 2014

Madrid, 12 de mayo de 2015.- *“El 58% de los españoles considera que la cantidad de publicidad, de cualquier tipo, que percibe en la actualidad es mayor que hace 2 años”* según se desprende de un Informe de IPSOS España sobre *“Percepción de Exposición a la Publicidad en España”*. En general, la **percepción del consumidor coincide con la realidad de la inversión**: los medios en los que existe una mayor sensación de incremento de exposición a la publicidad (internet y televisión) son precisamente los que mayor incremento de la inversión han experimentado entre 2012 y 2014.

Según el Informe de IPSOS, **los jóvenes españoles entre 15 y 24 años son los que mayor sensación de exposición a la publicidad perciben, con un 64%** de los encuestados. Este porcentaje va descendiendo a medida que aumenta la edad: **un 59% en los adultos entre 25 y 34 años, y un 56% para los mayores de 35.**

Más publicidad en TV e internet

Seis de cada 10 españoles (60%) señala Internet como el medio donde más ha aumentado su exposición a la publicidad, seguido por la televisión (59%). Dos medios que se distancian notablemente del resto: **exterior (37%), radio (32%), cine (31%), revistas (31%) y periódicos (28%).**

Estos resultados coinciden con los datos anuales publicados por Infoadex, donde **Internet y televisión** se consolidan como los dos medios que mayor incremento de la inversión publicitaria han sufrido en España en los últimos dos años, con un **+9%** y un **+4%** respectivamente.

Llama especialmente la atención **el caso del cine: sólo 3 de cada 10 españoles (31%) afirma haber percibido un aumento de la publicidad en la gran pantalla.** Un dato que no concuerda con la realidad del sector, donde **la inversión publicitaria ha crecido un 16% entre 2012 y 2014**

según Infoadex. Todo parece indicar que este resultado puede ser debido al descenso continuado de espectadores que el sector cinematográfico ha sufrido en los últimos 5 años, aunque los datos de 2014 indican un ligero repunte de visitantes.

Sobre el Informe sobre Percepción de Exposición a la Publicidad en España de Ipsos

Para la elaboración de este informe se ha realizado usando el Ómnibus de Ipsos España, basado en 1.000 entrevistas personales en toda España y realizado en más de 100 puntos de medición, con un margen de error entre 3% aproximadamente.

Para más información: <http://www.ipsos.es/observer>

Para más información:

Gabinete de Prensa de Ipsos (Peidró Comunicación)

Elisa Vila / Jorge Peidró

evila@peidrocomunicacion.com

jpeidro@peidrocomunicacion.com

Tel: 91 457 04 54