

# MediabyMagazine

Medios / Agencias / Anunciantes / Below / Premios / Campañas  
Televisión. Radio. Medios Impresos. Internet

Época II, Julio '10, Nº 10

**MBM**



# Televisión

## Crecimiento de la publicidad TV

La publicidad en televisión prevé un crecimiento del 6,4% en este mismo año a nivel mundial, y un 5,4% como promedio anual para los próximos cinco años. Según un estudio de Magna Global, América Latina será la más rápida en alcanzar un promedio anual del 8,9%, siendo Argentina el país con más crecimiento.

El estudio refleja también, que la televisión seguirá siendo el medio más eficiente para el impacto, pese a la proliferación de otros canales como Internet.



## Consentimiento de cookies

La nueva directiva europea sobre privacidad exige el consentimiento del internauta para ser rastreado. Aunque restan dos años para que cada país trasponga la norma comunitaria, expertos y representantes del sector publicitario, alertan de que esta exigencia acabaría con la publicidad en la Red.

El usuario deberá tener conocimiento que graba una *cookie* y por cuanto tiempo. La legislación anterior exigía a los dueños de estos archivos el deber de informar a los internautas. La nueva directiva introduce la obligación de obtener el consentimiento informado de los usuarios antes de instalar dispositivos como *cookies* en sus ordenadores.

IAB Spain, la asociación que representa al sector de la publicidad y el marketing digital en España, ha mostrado su rechazo a esta propuesta puesto que el 98% de Internet se apoya en la publicidad y esta necesita *cookies* puesto que permite saber quien es el visitante sin necesidad de conocer su identidad .

## La publicidad dinamizadora económica

Desde la Asociación Española de Agencias de Comunicación Publicitaria (AEACP), han puesto en marcha una acción para apoyar la solicitud de AEA (Asociación Española de Anunciantes) al Gobierno para que la publicidad desgrave.

Además, bajo el lema “Publicidad sí”, se pondrá en marcha una campaña de revalorización de la publicidad, para mejorar la percepción de la publicidad en la sociedad como una de los motores de consumo y desarrollo y potenciar un frente común con la administración.

En septiembre más detalles...



# Legislación

# Televisión

## Guerra del futbol

*Parece que la denominada “guerra del fútbol” llega a su fin o por lo menos eso es lo que se espera desde las filas de Sogecable.*



La contienda, que desde 2007 enfrenta a Sogecable (filial del Grupo PRISA) y a Mediapro, por la gestión de los derechos televisivos de la Liga, ha saltado de los tribunales al mercado bursatil. Recientemente Sogecable ha depositado en el Juzgado encargado de la tramitación de concurso de acreedores de Mediapro, un primer pago por los derechos de retransmisión de la Liga española para la próxima temporada. Se espera así, que se garantice el acceso a todos los partidos de la Liga de la próxima temporada a través de Digial+, Canal+ y Canal Liga+.

## Evolución del mercado publicitario

Dada la evolución de las nuevas tecnologías, el mercado publicitario no puede quedarse atrás, sobre todo a partir de la fragmentación de las audiencias televisivas con la TDT y la consolidación de Internet, esto ha llegado a provocar que los spots convencionales tengan menos impacto en el consumidor.

Uno de los factores que explica este nuevo rumbo de la publicidad es lo que se denomina *media meshing* y está basado en el planteamiento de que los individuos poseemos un cerebro multitarea, puesto que somos capaces de consumir varios medios a la vez de modo espontáneo.

Para poder competir en este nuevo contexto, se están realizando iniciativas muy novedosas tanto en el soporte como en el mensaje (pantallas de videos en medios impresos, mensajes más cercanos y con mayor credibilidad).



# Publicidad

# mbd

## **MediabyMagazine**

La revista electrónica de Media by Design.

---

### **Media by Design Spain S.A**

Espalter, 2 28014 Madrid, Spain

Tel.: 34-91-360 01 72

Fax : 34-91-429-94 72

infombd@mbd.es www.mbd.es

---

**m<sup>b</sup>d<sup>+</sup>**