

Internet supera a la televisión en inversión publicitaria en UK

La inversión publicitaria en internet ha crecido en el Reino Unido un 4,6% en el primer semestre de año, superando el que hasta ahora era el sector con mayores ingresos publicitarios, el de la televisión, que ha caído en este apartado hasta un 17%. Como consecuencia, online es ya el medio más importante en el Reino Unido en ese apartado, por delante de la pequeña pantalla.

De acuerdo al informe bianual del IAB (Internet Advertising Bureau), en la Red se concentra el 23,5% del total de la inversión publicitaria. Guy Phillipson, presidente del IAB, ha reconocido que este salto que ha desbancado a la televisión de la primera plaza ha tenido lugar en el Reino Unido antes de lo que esperaba y que este crecimiento supone un buen presagio para el resto del año. Asimismo, cree que el crecimiento continuará en la Red el próximo año.

No obstante, el crecimiento de las inversiones publicitarias en la Red se ha aminorado considerablemente si se tiene en cuenta que ya estaban en torno al 21% en el primer semestre de 2008; eso sí, la subida es más que suficiente para rebasar con holgura a la televisión, la radio y las publicaciones impresas, tal y como ha expuesto este trabajo de PricewaterhouseCoopers y el Centro Mundial de Investigación Publicitaria.