



Madrid, 19 de noviembre de 2024

Según el VI estudio de la Asociación de Productoras de Cine Publicitario, realizado por la consultora SCOPEN con la colaboración de Madrid Film Office

El impacto económico del cine publicitario en Madrid alcanzó los 212 millones de euros en 2023

- La inversión generada por la producción de cine publicitario en España fue de 498 millones de euros en 2023, con un impacto de casi 212 millones en la Comunidad de Madrid
- El volumen de facturación de las productoras de cine publicitario en España se ha incrementado un 32 % respecto a 2022 y alcanza los 693 millones de euros, de los que Madrid representa el 36 %, con 250 millones de euros
- El 41 % de las productoras señala que Madrid destaca por ofrecer más facilidades para la producción de cine publicitario en comparación con otras ciudades europeas

La concejala delegada de Turismo, Almudena Maíllo, ha presentado esta mañana el VI Estudio sobre el impacto económico de la producción de cine publicitario, promovido por la Asociación de Productoras de Cine Publicitario (APCP) y realizado por la consultora SCOPEN con la colaboración del Ayuntamiento de Madrid a través de Madrid Film Office.

El estudio, que tiene como objetivo dimensionar el impacto socioeconómico de las producciones de cine publicitario en España, ha analizado por primera vez los resultados de esta industria audiovisual en Madrid, a la que destaca como la región española que más días de estos rodajes concentra (42 % del total), seguida de Cataluña (35 %). Además, el estudio desvela que la inversión generada por la producción de anuncios en España es de 498 millones de euros y se estima que, en 2023, la Comunidad de Madrid ha recibido un impacto económico de casi 212 millones de euros en producciones.

Maíllo ha destacado que “Madrid es una ciudad abierta al cine publicitario”, ya que “cuenta con una larga tradición como centro de producción y escenario de anuncios, acogiendo más de 350 en 2021, 380 en 2022 y 410 en 2023, lo que demuestra el enorme atractivo de nuestra ciudad para el cine publicitario”.

El impacto económico de la producción de cine publicitario en Madrid

El estudio, que ha contado con la participación de una muestra de 48 productoras de cine publicitario, sitúa el volumen de facturación en 2023 en los 693 millones de

Dirección General de Comunicación

Calle Montalbán nº1 Planta 3

Código Postal 28014 Madrid

diario: diario.madrid.es

twitter: [@MADRID](https://twitter.com/MADRID)

facebook: [@ayuntamientodemadrid](https://www.facebook.com/ayuntamientodemadrid)

teléfono: +34 91 588 22 40

mail: prensa@madrid.es

web: madrid.es



euros. Se trata de la cifra más elevada desde que se inició este estudio en 2015, con un incremento del 32 % en los últimos dos años. Madrid representa el 36 % de esta facturación, con un volumen estimado de 250 millones de euros.

En Madrid, los gastos de personal ascienden a 130 millones de euros. Por su parte, el número de puestos de trabajo creados en 2023 es de 147.386 (62.639 en Madrid), de los que un 42 % corresponden a mujeres. La mayor parte de los puestos de trabajo creados fueron por cuenta ajena (82 %).

En palabras de la concejala delegada, “el cine publicitario es estratégico para Madrid por su impacto económico y por su importancia dentro del tejido industrial audiovisual madrileño”, además de ser “un sector sinónimo de innovación, creatividad y sostenibilidad, valores que compartimos y que nos identifican como ciudad”. Según se desprende del estudio, el 41 % de las productoras encuentran en Madrid más facilidades para la producción que en otras ciudades europeas.

El origen de la facturación sigue siendo superior en el caso de los clientes españoles (51 %, con 353 millones de euros), aunque los clientes extranjeros han aumentado un 64 % su volumen de facturación, superando los 339 millones de euros (49 % del total). Europa representa el 66 % de la facturación internacional, seguida de Norteamérica (15 %) y Latinoamérica (13 %). De los distintos medios a los que se destina la inversión en cine publicitario, el principal es el digital, con el 43 % (casi 300 millones de euros), seguido de la televisión. El sector de la alimentación es la actividad que más inversión recibe (19 %), seguido por el de belleza e higiene (12,5 %), automoción (9,5 %) y transporte, viajes y turismo (7,5 %).

En cuanto a las políticas de igualdad adoptadas por las productoras españolas, en los últimos dos años se mantiene la ratio de hombres/mujeres dentro de las plantillas, con el 50 % de los puestos ocupados por mujeres. Además, entre las posiciones directivas, el porcentaje de mujeres ha aumentado en más de ocho puntos porcentuales (36 % en 2022 frente al 44 % en 2024). /

Dirección General de Comunicación

Calle Montalbán nº1 Planta 3

Código Postal 28014 Madrid

diario: diario.madrid.es

twitter: [@MADRID](https://twitter.com/MADRID)

facebook: [@ayuntamientodemadrid](https://www.facebook.com/ayuntamientodemadrid)

teléfono: +34 91 588 22 40

mail: prensa@madrid.es

web: madrid.es