

Aena lanza el concurso de publicidad en los aeropuertos de la red, con un valor de negocio de más de 1.000 millones de euros

- El proyecto ofrece una de las mayores plataformas publicitarias de Europa, con alto impacto y visibilidad en más de 9 millones de metros cuadrados
- El concurso contempla un único lote y tendrá una duración de 10 años (excepto en los aeropuertos de Baleares, que será de 11,5 años)
- Aena apuesta por una transformación de la publicidad en los aeropuertos basada en la digitalización, el uso inteligente de datos y la incorporación de soluciones avanzadas

30 de enero de 2026

El Consejo de Administración de Aena ha aprobado el lanzamiento del concurso que recoge un nuevo modelo la actividad publicitaria de la red en España. Se trata de una oportunidad única en el sector gracias a las grandes posibilidades que las instalaciones aeroportuarias tienen como soporte publicitario con visibilidad nacional, internacional, continua y concentrada en un solo entorno, y se estima un valor de negocio publicitario en los aeropuertos en el periodo de duración del contrato de más de 1.000 millones de euros.

Aena pone a disposición de los operadores una de las mayores plataformas publicitarias de Europa, con alto impacto y en un entorno con escala, cobertura y visibilidad en más de 9 millones de metros cuadrados, equivalente a más de 1.260 campos de fútbol. La superficie publicitaria en los aeropuertos de Aena integra espacios en terminales, zonas de embarque y llegada, áreas comerciales, zonas de parking y algunos de los puntos icónicos de nuestra cultura, con más de 1.500 soportes.

El público objetivo son los pasajeros de la red de Aena en España, que en 2025 sumaron más de 321 millones, una audiencia global, diversa, internacional y altamente receptiva.

Aena apuesta con este concurso por una transformación en la publicidad en los aeropuertos basada en la digitalización, en el uso inteligente de los datos y en la incorporación de soluciones avanzadas capaces de maximizar el impacto de cada campaña.

Nota de prensa

Esta información puede ser utilizada en parte o en su integridad sin necesidad de citar fuentes

El contrato alineará a Aena con los estándares internacionales y contemplará un único lote, lo que centralizará la relación comercial entre Aena y el operador adjudicatario y fomentará la colaboración entre ambas partes, en una alianza estratégica a largo plazo con un enfoque en crecimiento conjunto. El contrato que está actualmente en vigor está formado por 8 lotes gestionados por cuatro operadores publicitarios.

El plazo de adjudicación será de 10 años, comenzando en junio de 2028 y terminando en 2038, excepto para los aeropuertos de Baleares, cuyo contrato actual termina en diciembre de este año, por lo que el nuevo contrato será de 11,5 años, de diciembre de 2026 a junio de 2038.

El nuevo modelo de la actividad publicitaria en los aeropuertos de la red en España fue presentado la semana pasada a los principales operadores de publicidad y profesionales del sector por la directora general Comercial e Inmobiliaria de Aena, María José Cuenda; la directora de Servicios VIP, Premium y Corporate, M^a Ángeles Rubio Alfayate, y el responsable de Publicidad y Arrendamientos Premium, Pablo Martínez Moya.

Para establecer la estrategia del concurso se han realizado más de 25 entrevistas a operadores publicitarios y agencias, con el fin de detectar sus inquietudes y estudiar sus propuestas.