

**MEDIA WINK
iPROSPECT**
a denzau company



Vodafone
Media Lab

PANORAMA GENERAL DE MEDIOS

Vodafone Media Lab

MARTA RIVERO | ALEX GIMÉNEZ
Account Director | Brand Director



Índice/Agenda

1. Inversión publicitaria
2. Consumo por medio
3. Audiovisual
4. Digital
5. Audio
6. Medios gráficos
7. Exterior
8. Cine



PANORAMA GENERAL DE MEDIOS

Inversión publicitaria

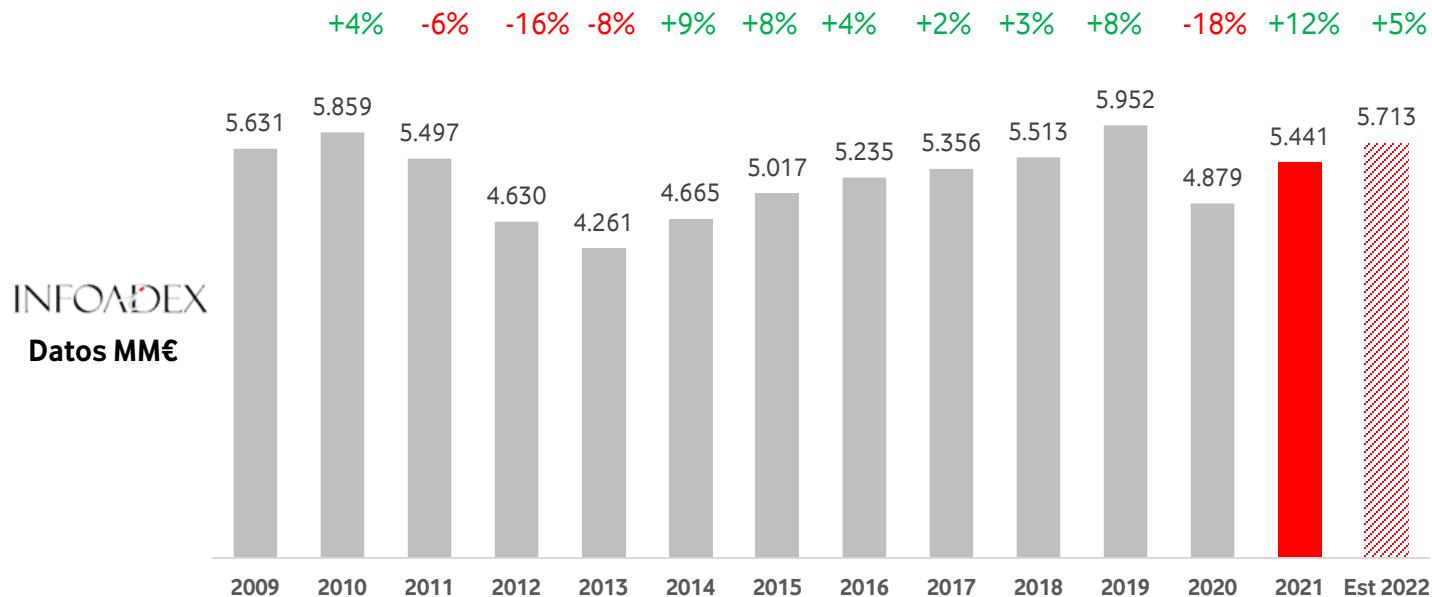
01

YMEDIA WINK
iPROSPECT
© 2014 Ymedia Group

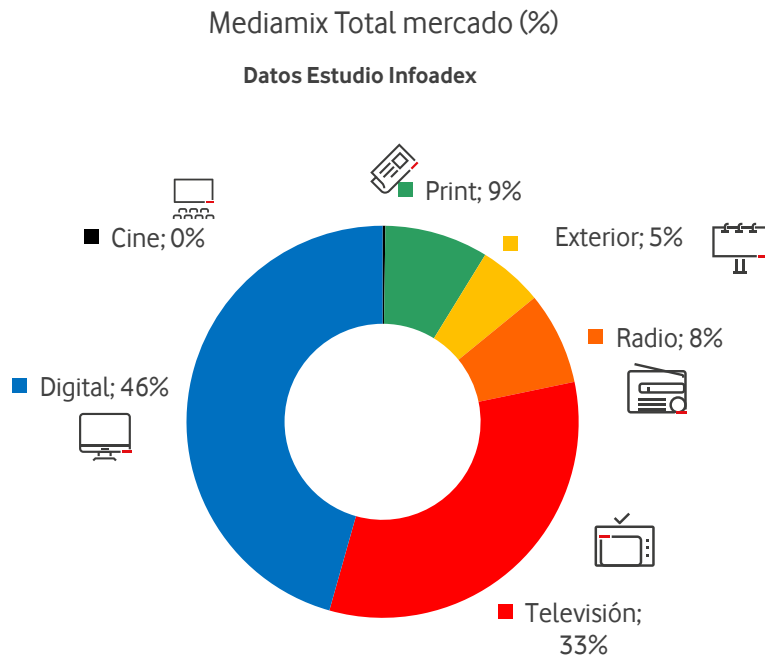


Vodafone
Media Lab

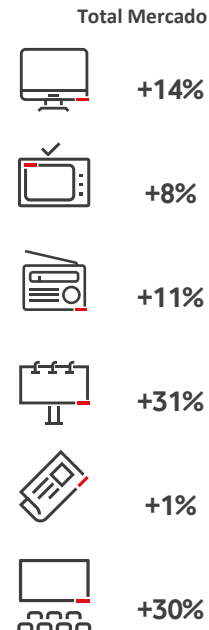
La inversión publicitaria supera los 5.000MM € desde 2015, la crisis de 2020 hizo caer la inversión un 18%



Cerca del 80% de la inversión se concentra en Digital y TV. En 2021 crecen todos los medios excepto Print



% Variación vs 2020



TELCO: Crecimiento estable los dos últimos años por la aparición de nuevos players y diversificación de productos.

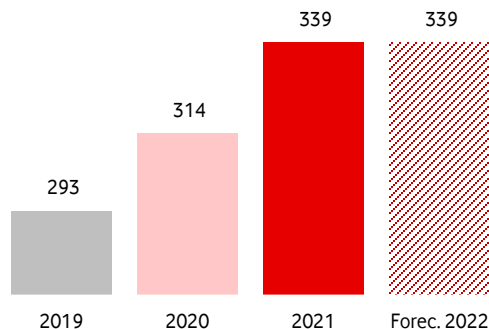
Evolución inversión mercado Telco (MM €)

Var. vs año anterior

+7%

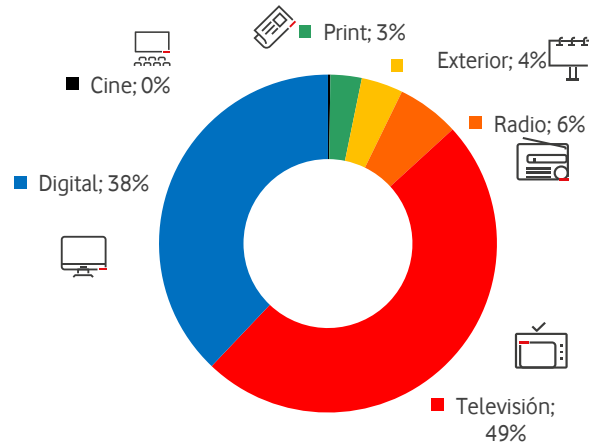
+8%

+0%

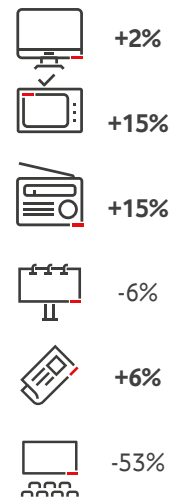


Mediamix Telco (%)

Datos Estudio Infoadex



% Variación vs 2020



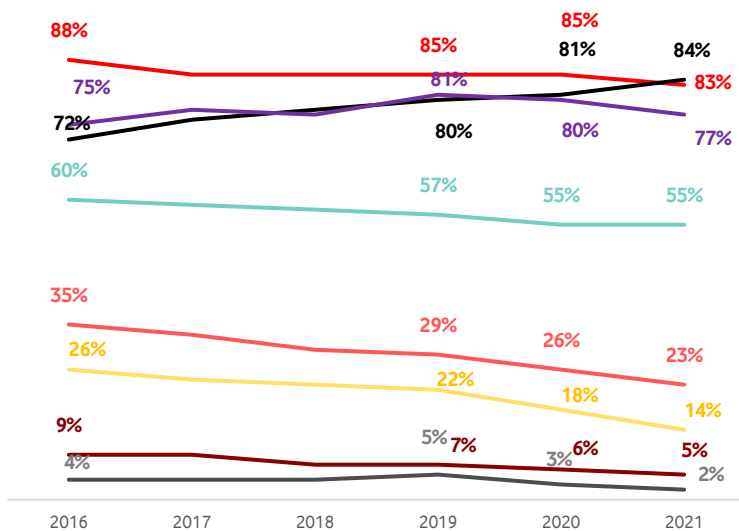
Consumo por medio

02

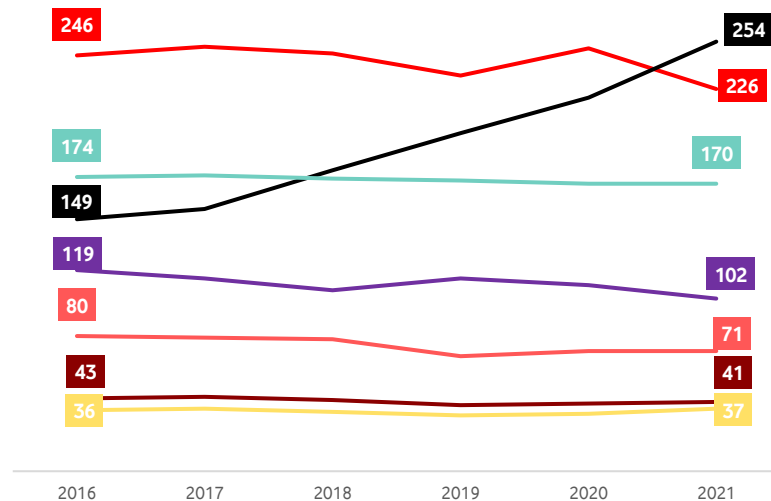
Digital sigue en crecimiento, alcanzando una penetración de 84% y superando el tiempo de consumo de la TV

Los medios gráficos continúan cayendo en audiencia y la radio se mantiene estable con ligera caída.

Evolución penetración por medio (%)



Evolución minutos de consumo por medio (Minutos)



— Televisión — Digital
— Revistas — Prensa

— OOH — Radio
— Supl. Dominicales — Cine

YMEDIA WINK
iPROSPECT
a dendon company

Vodafone
Media Lab

PANORAMA GENERAL DE MEDIOS

Zoom Audiovisual

03

YMEDIA WINK
iPROSPECT
© 2010 Wink.com

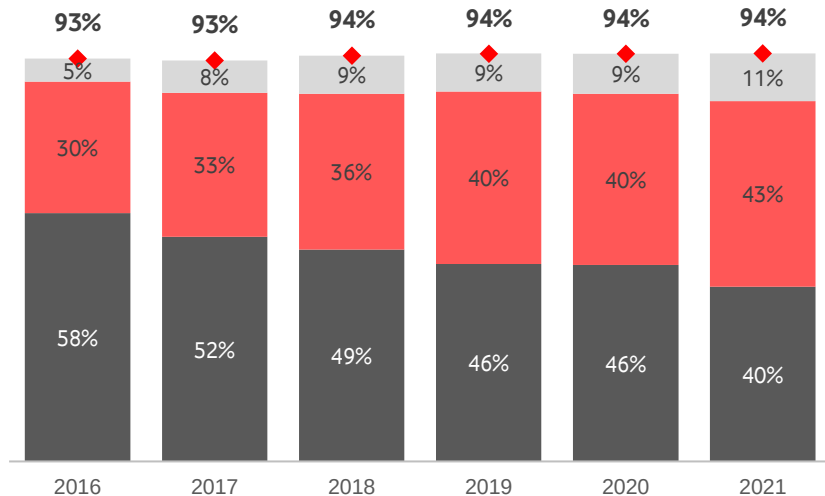


Vodafone
Media Lab

Crece el consumo digital de TV en todos los targets, pero la TV lineal sigue siendo clave para la construcción de cobertura.

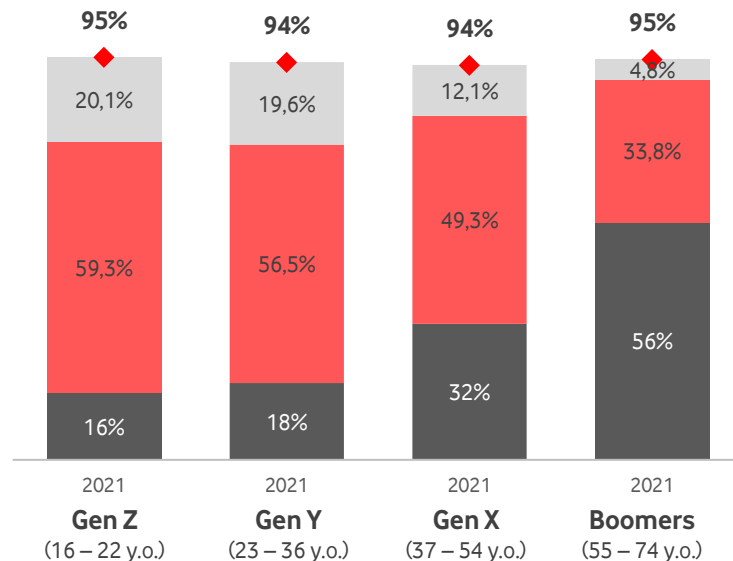
Evolución cobertura audiovisual (%)

Adultos +16



Evolución cobertura audiovisual (%)

Por generaciones



■ Exclusive TV ■ TV & VoD ■ Exclusive VoD ◆ Total Audiovisual

YMEDIA WINK
iPROSPECT
a dendon company

Vodafone
Media Lab

Fuente: Estudio General de Medios (EGM)

El consumo de TV lineal en 2021 alcanza las 3,7 horas de media, aunque ha caído con respecto al año anterior (-11%).

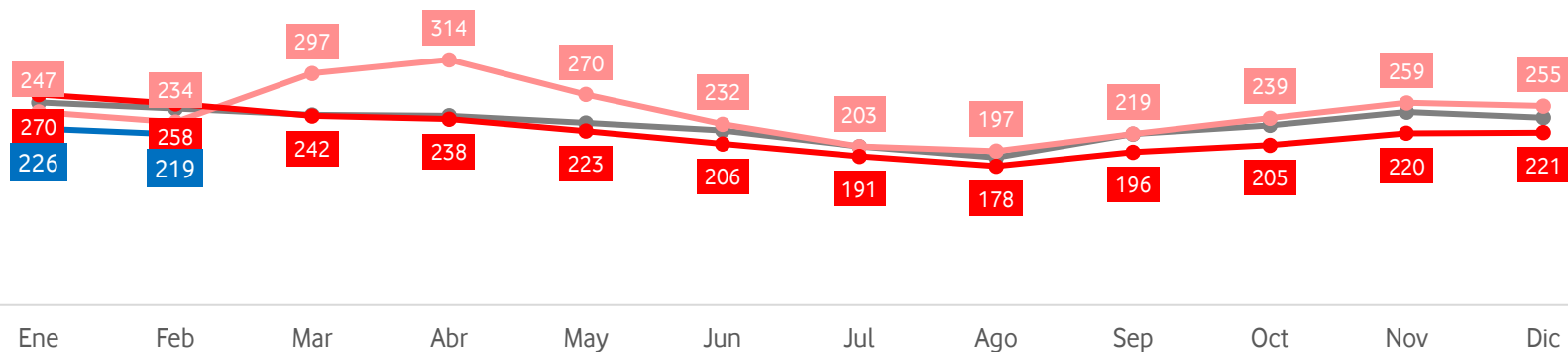
Evolución Minutos consumo TV

Adultos +16

Var. 2021
vs 2020

+9% +10% -18% -24% -17% -11% -6% -10% -11% -14% -15% -13%

—●— 2019 —●— 2020 —●— 2021 —●— 2022



2019: 231,7 MIIN

2020: 247,2 MIN

2021: 220,4 MIN

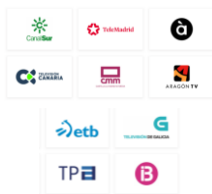
+7% vs 2019

-11% vs 2020

YMEDIA WINK
iPROSPECT
a dendax company

Vodafone
Media Lab

Panorama de grupos de Tv



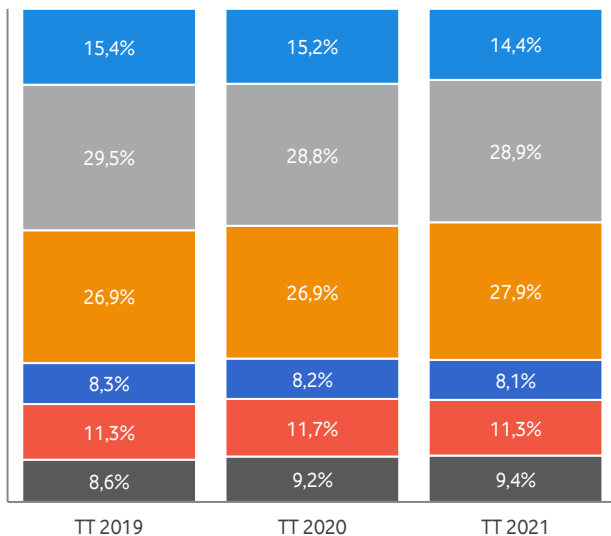
Resto grupos / canales



Mediaset mantiene el liderazgo tanto en cuota de audiencia como cuota publicitaria en 2021. Atres recorta posiciones.

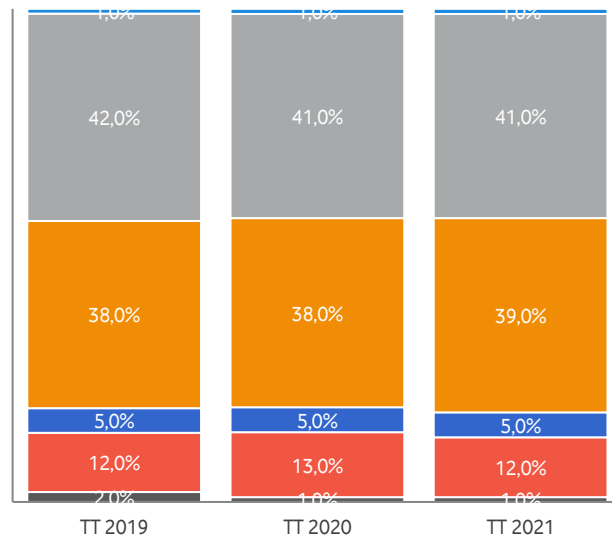
Evolución Cuotas audiencia TTV

Adultos +16



Evolución Cuotas presión publicitaria TTV

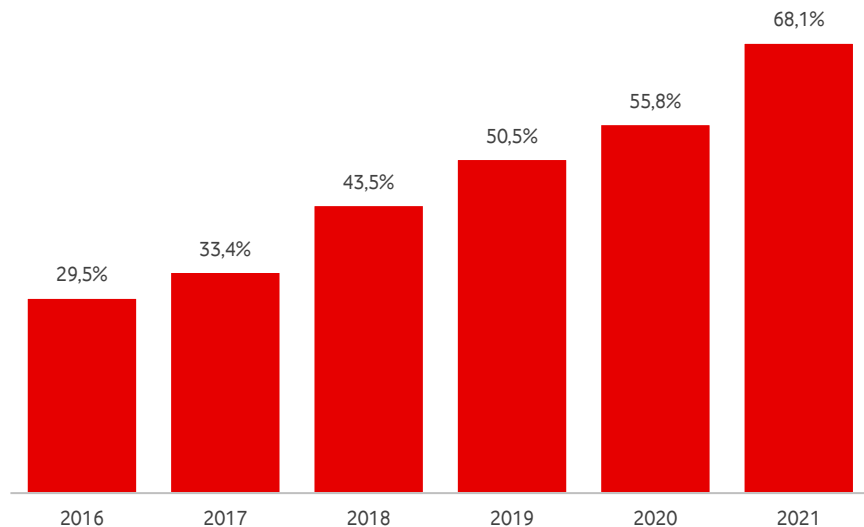
Adultos +16



Continúa creciendo la penetración de las OTTs, +12pp vs 2020. Netflix mantiene el liderazgo, con incremento en número de abonados.

% población suscrita a TV de pago

Adultos +16



% suscriptores a plataformas de pago

	EGM 2021 3ª Ota	Var. Pp (w3 vs w2)
NETFLIX	50,7%	+1,3
prime video	31,5%	-0,1
movistar+	20,5%	-1,6
HBO	14,6%	-0,1
Disney+	11,9%	+1,1
Ondemand TV	6,6%	+0,1
orange	5,5%	-0,1
DAZN	4,0%	+0,2
Rakuten TV	2,1%	+0,4
FILMIN	1,8%	+0,2
euskaltel	1,0%	+0,2
R	0,8%	+0,1

La TV Conectada es especialmente relevante para el target comercial

Penetración del medio



24,8 MM

Usuarios de TV conectadas

x2

En los últimos 3 años



17 MM

Usuarios con TV conectadas con HBBTV 1,5 o +



11,5 MM

Usuarios susceptibles de ser impactados HBBTV

Datos basados en el estudio Cellnex agosto 2021.

Perfil de los usuarios



- ✓ Entre los **25-54** años (+21ptos vs tvlineal)
- ✓ Destaca la clase **social alta, media-alta** (+16ptos)
- ✓ Hogares con **3 o +** individuos (+14ptos)
- ✓ Con **estudios superiores** (+9ptos)
- ✓ Concentración del consumo en **Prime time**

Fuente: Perfilado a través de panel Netquest comparado con población INE

La Televisión Conectada tiene 3 vías de entrada en función del entorno.

SOBRE EMISIÓN LINEAL

Utilizando la tecnología HBBTV.
CTV con opt in + consumo fuera de OTTs

CADENAS



11,5MM
individuos

SISTEMA OPERATIVO

Ubicado en la interfaz de usuario.
Compartiendo presencia con el resto de aplicaciones.

FABRICANTES + TECH



*Entornos excluyentes. Si tienes Samsung, no tienes LG.
Si utilizas Vodafone TV, no utilizas FireTV*

24,8MM
individuos

APLICACIONES

Publicidad dentro de las aplicaciones nativas,
segmentando el dispositivo.

GESTORES DE CONTENIDO



El HBBTV abre un abanico de posibilidades publicitarias.

L Publicitaria

Formato



Ad replacement



Ubicación

- Sobre programa
 - Al encender la TV
 - Al hacer zapping
- Sobre nuestro spot en lineal
- Sobre nuestro patrocinio en lineal

- Sobre nuestro spot en lineal
- Sobre autopromo de cadena

La conexión que
más necesitas

PAQUETE
HOGAR
ILIMITABLE

25 % dto
12 meses



DE REGALO
Google Nest Hub
(2ª generación)

vodafone

PANORAMA GENERAL DE MEDIOS

Digital

04

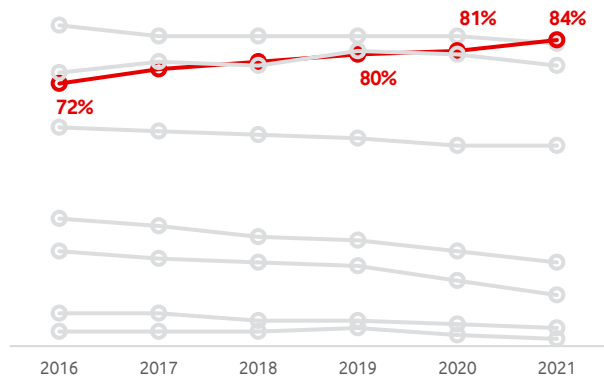
YMEDIA WINK
iPROSPECT
© 2010 Ymedia Inc.



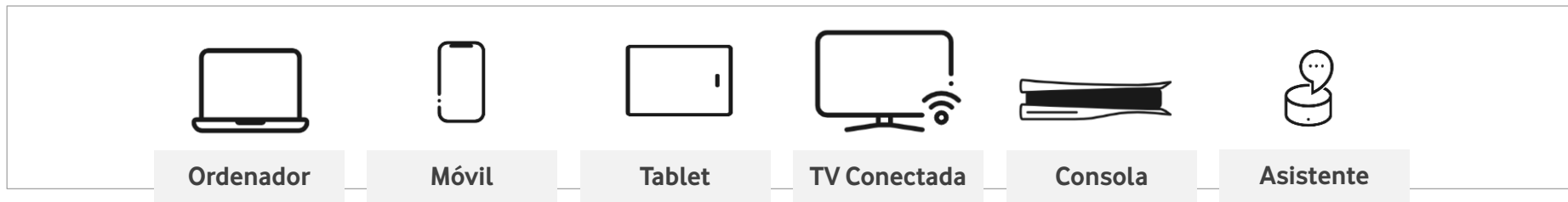
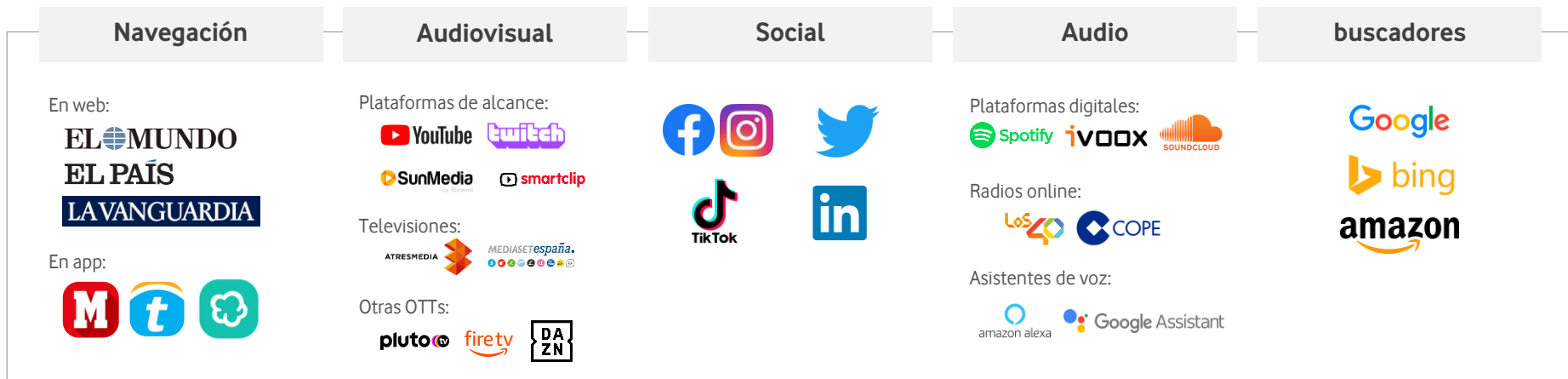
Vodafone
Media Lab

Digital se convierte en líder, siendo el medio que trasciende a los medios.

Penetración (%) por medios, foco digital



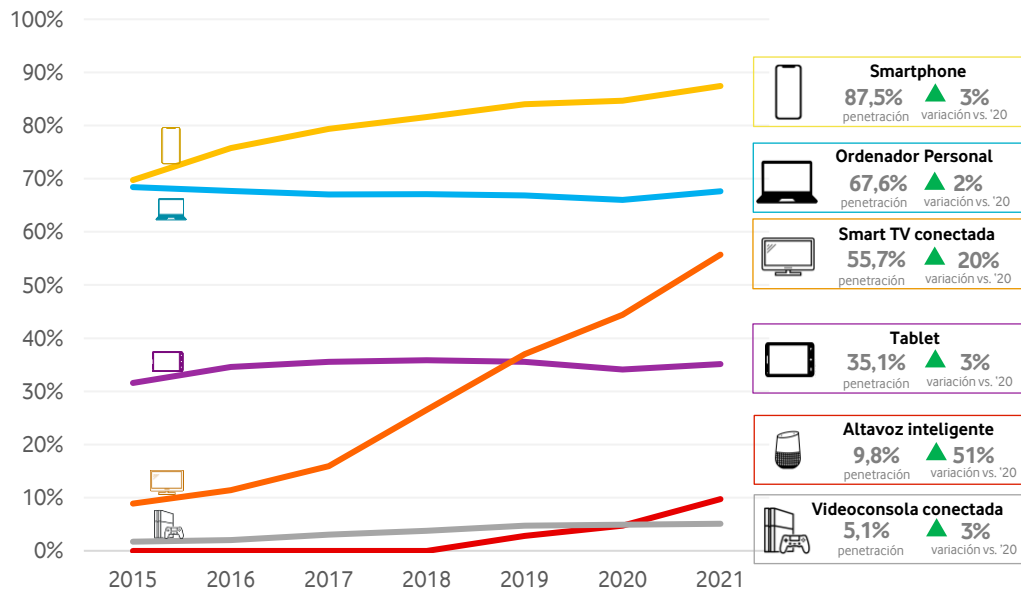
La fragmentación en el consumo digital nos lleva a un complejo ecosistema.



Todos los dispositivos aumentan su penetración. La SmartTV sigue siendo el dispositivo con mayor crecimiento.

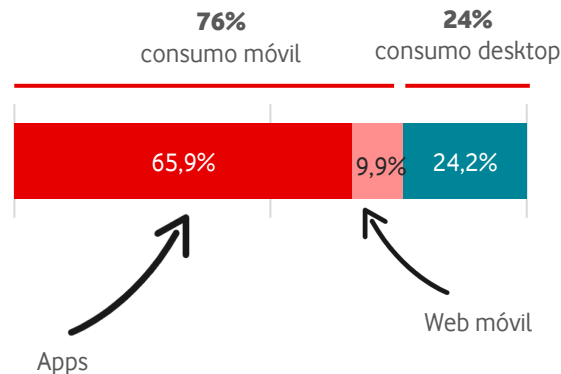
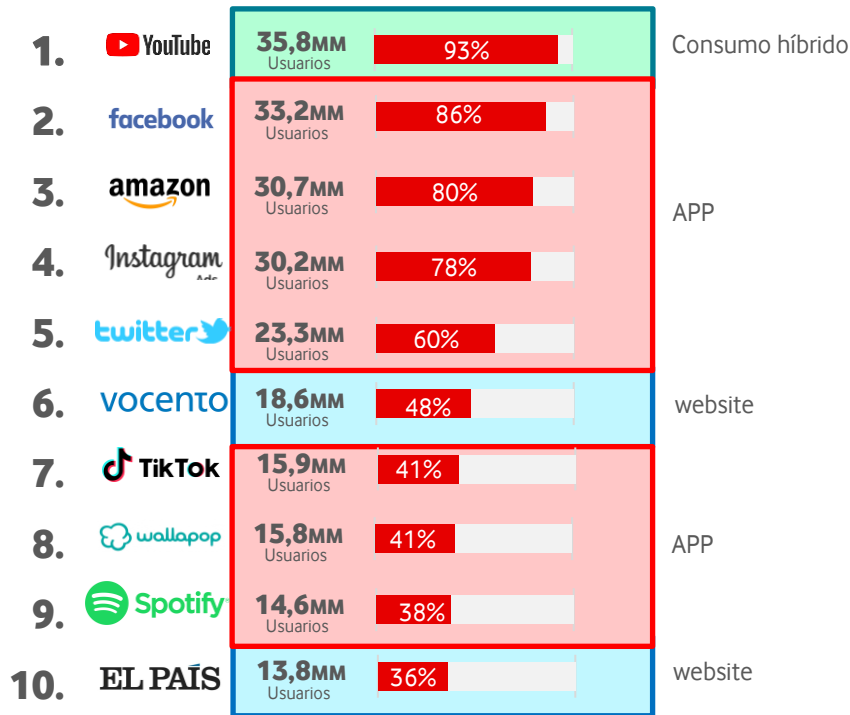


Penetración de los dispositivos conectados durante los últimos años.



El consumo desde los dispositivos móviles cambia el panorama de audiencias digitales.

Top entornos según su alcance



Audio

05

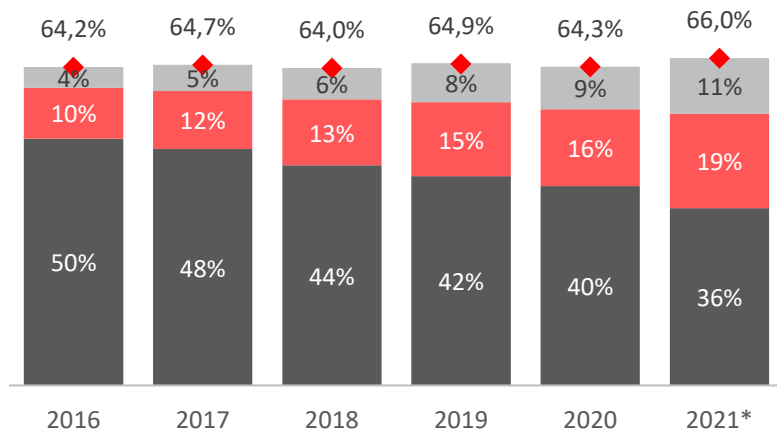
El ecosistema audio crece creando nuevos puntos de contacto



La escucha de audio sube en 2021 impulsada por el crecimiento del audio online; destaca el aumento de la escucha de GenZ y Boomers

Evolución consumo Audio

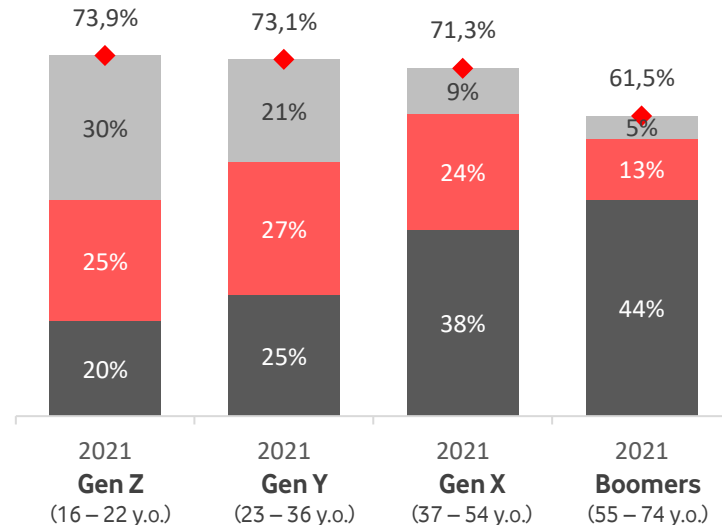
Adultos +16



■ Exclusive OFF ■ OFF & ON ■ Exclusive ON ♦ Audio

Evolución consumo Audio

Por generaciones



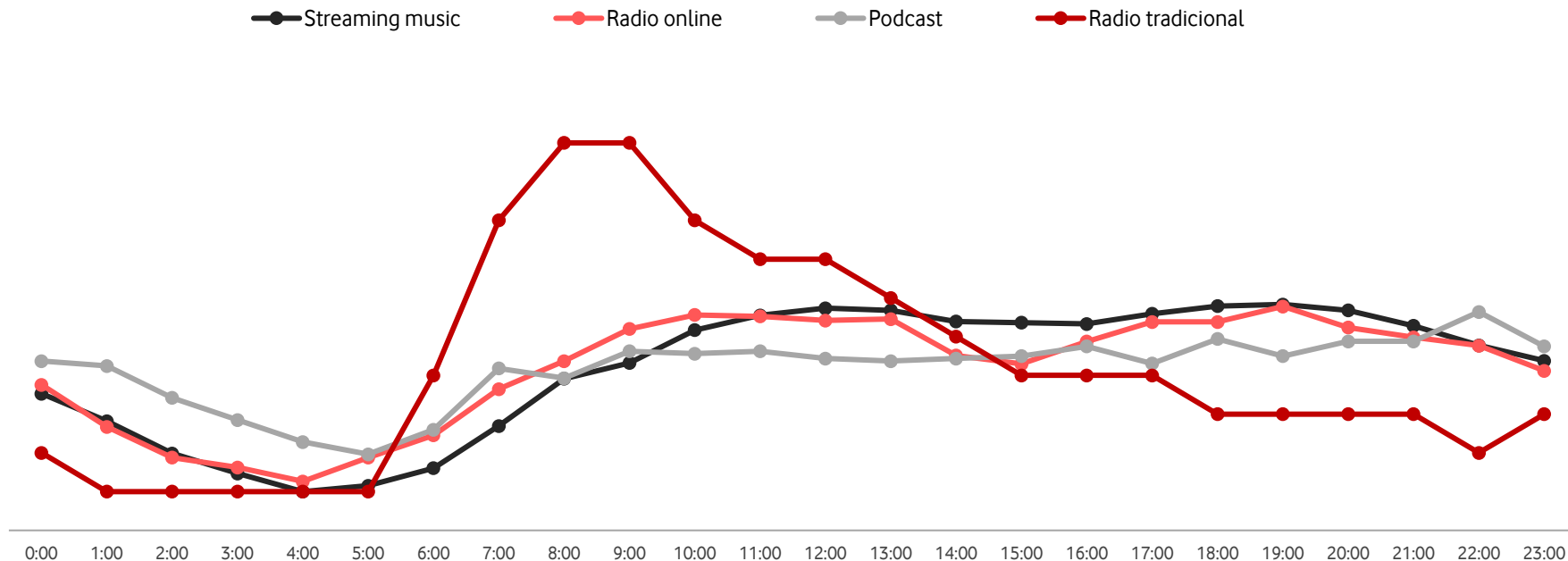
Y MEDIA WINK
iPROSPECT
a detemur company

Vodafone
Media Lab

El consumo de audio online y tradicional son complementarios.

Distribución del consumo Audio

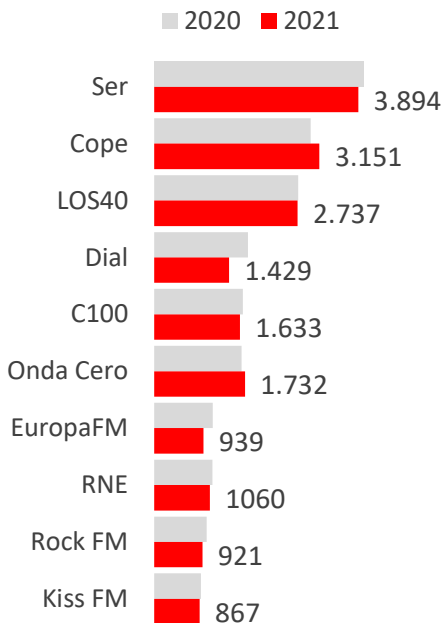
Audio Digital : The Human Trace | Radio tradicional: AIMC Marcas



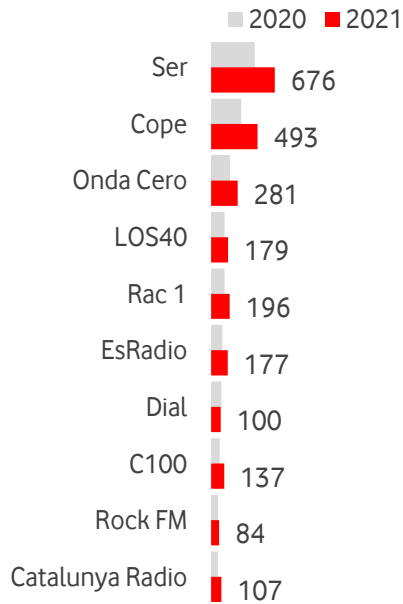


Cadena Ser y Cope mantienen el liderazgo de audiencia tanto en radio tradicional como en las versiones digitales.

Top10 emisoras radio OFF
Audiencia diaria

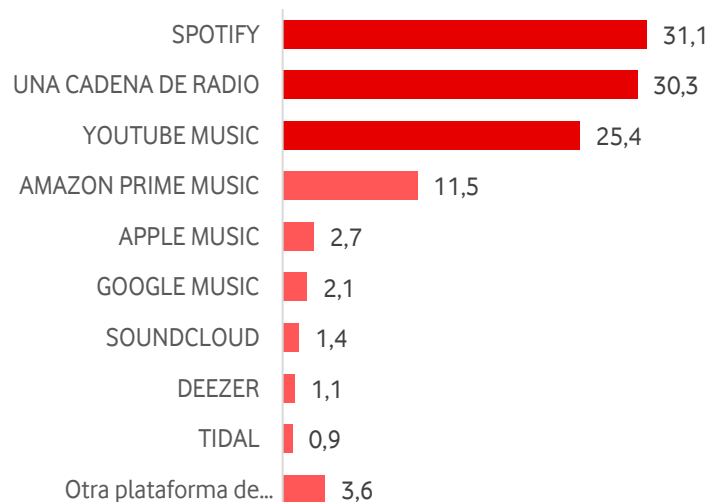


Top10 emisoras radio ON
Audiencia día de ayer



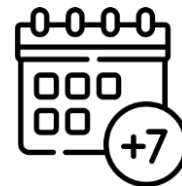
Spotify se sitúa como la plataforma líder de música en streaming. La recurrencia de uso es alta

Ranking plataformas música en streaming (%)



59%

+30 min/día

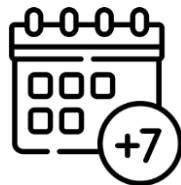
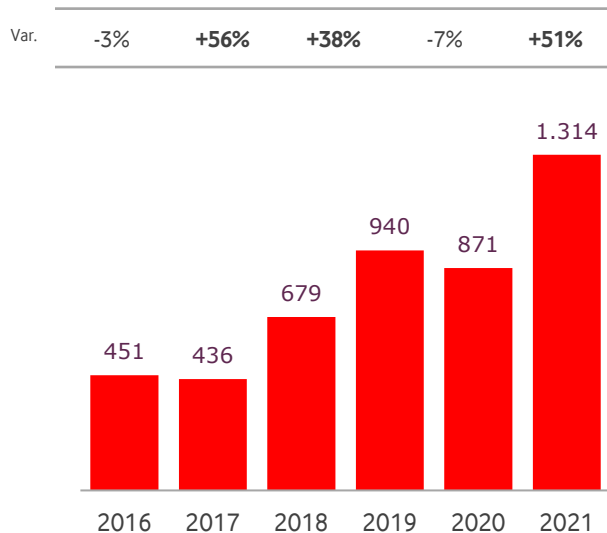


45%

+3 días/semana

En el último año el número de oyentes de podcast se ha disparado. Dentro de los más escuchados destacan los programas de radio.

Evolución oyentes de Podcast (000)



58%

+1 vez/semana

Tipo de Podcast escuchados %



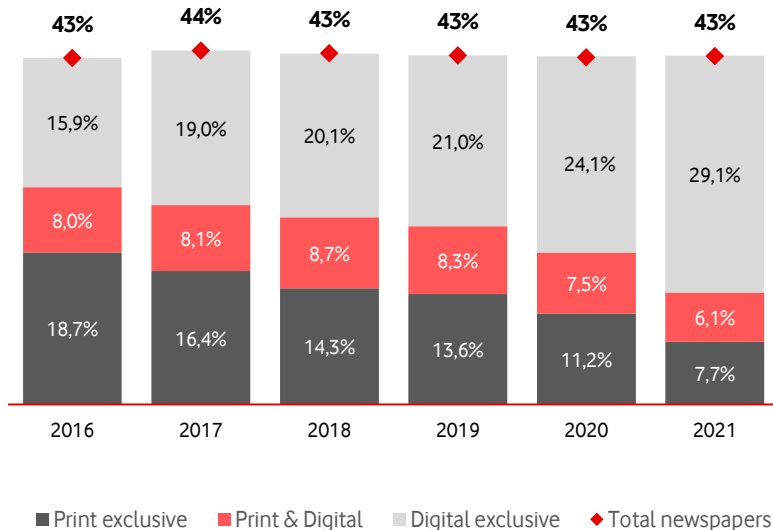
Print

06

Prensa: predominio del consumo digital en todos los rangos de edad

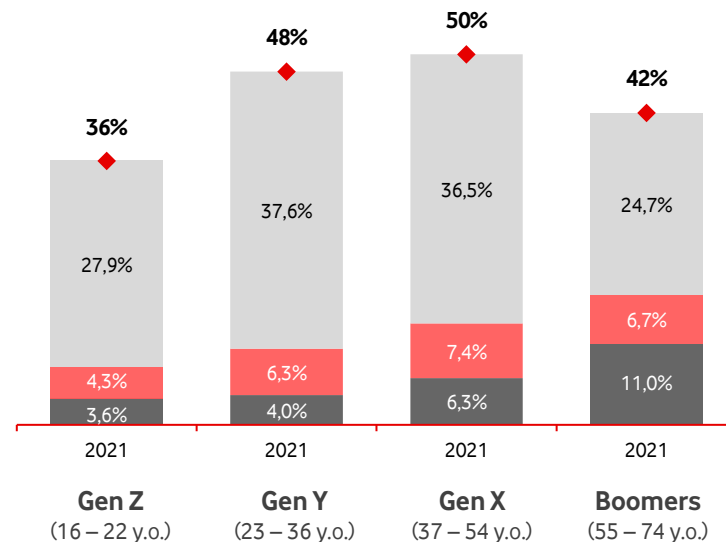
Evolución cobertura Prensa

Adultos +16



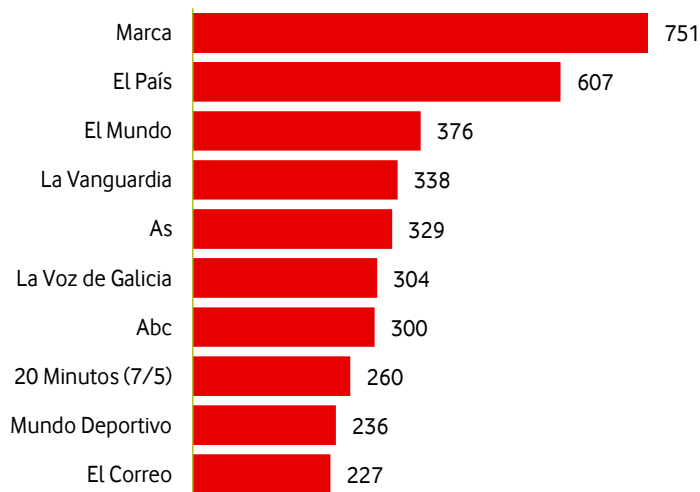
Evolución consumo Prensa

Por generaciones

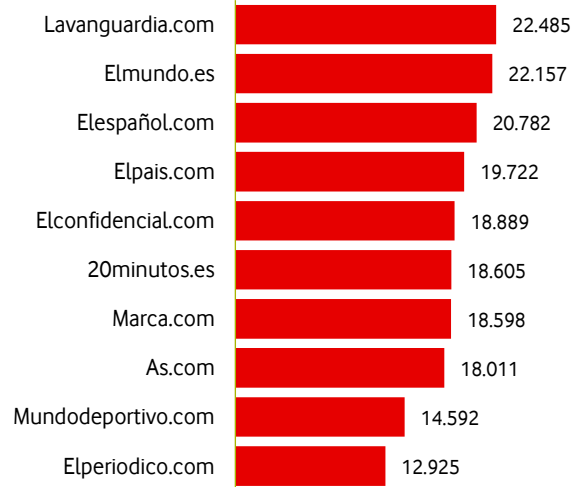


En audiencia lideran Marca y El País en off y Vanguardia y El Mundo en digital

Top 10 Periódicos Offline
(Audiencia diaria)



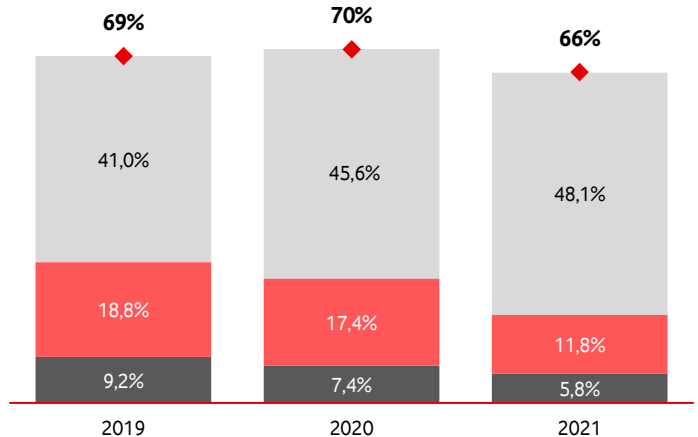
Top 10 Periódicos Online
(Audiencia mensual)



Revistas: predominio del consumo digital en todos los rangos de edad

Evolución cobertura Revistas

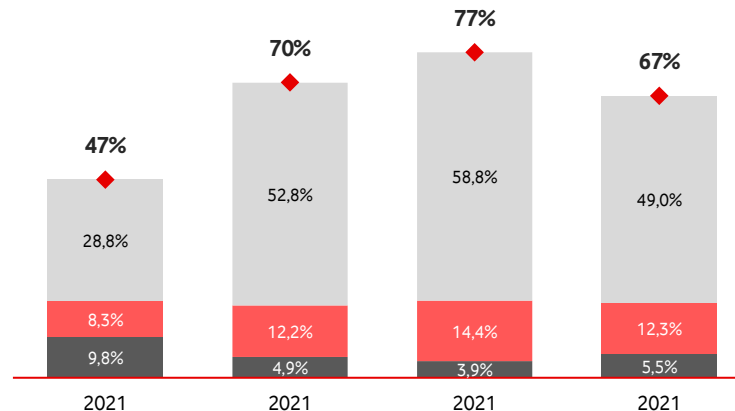
Adultos +16



■ Print exclusive ■ Print & Digital ■ Digital exclusive ♦ Total magazines

Evolución consumo Revistas

Por generaciones



Gen Z
(16 – 22 y.o.)

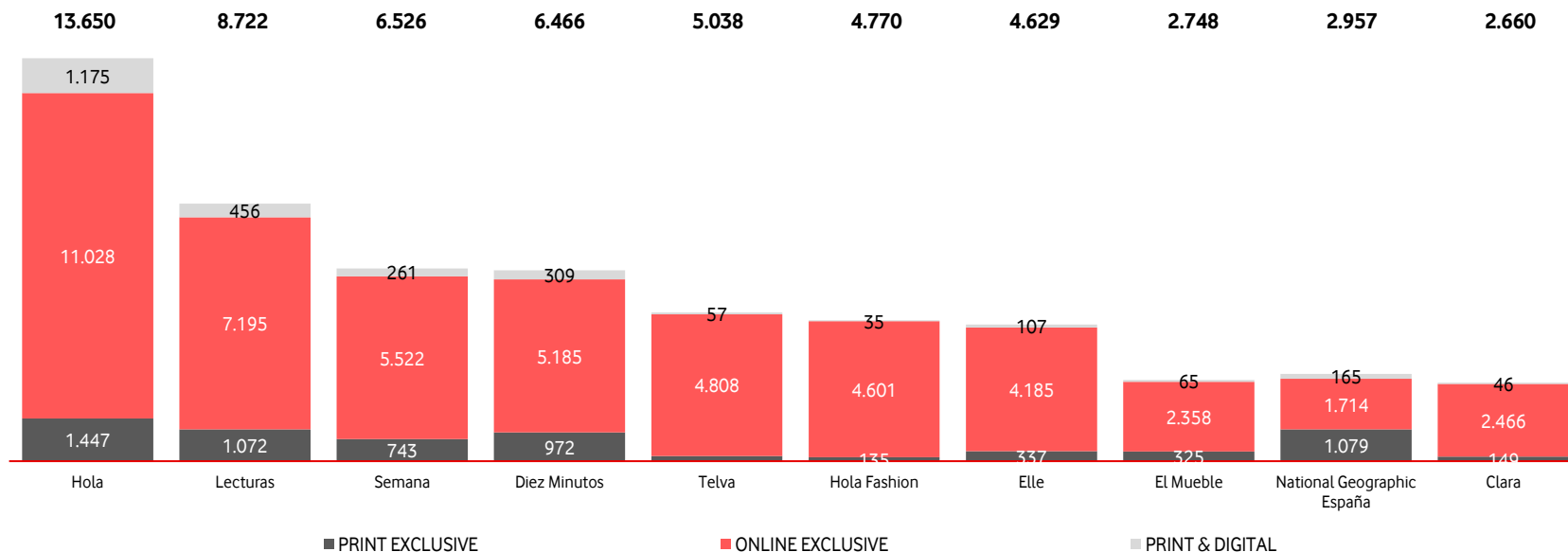
Gen Y
(23 – 36 y.o.)

Gen X
(37 – 54 y.o.)

Boomers
(55 – 74 y.o.)

Hola, revista líder de audiencia en todos los formatos

Top 10 Revistas
(Audiencia mensual)



PANORAMA GENERAL DE MEDIOS

Exterior

07

YMEDIA WINK
iPROSPECT
© 2010 Ymedia Inc.

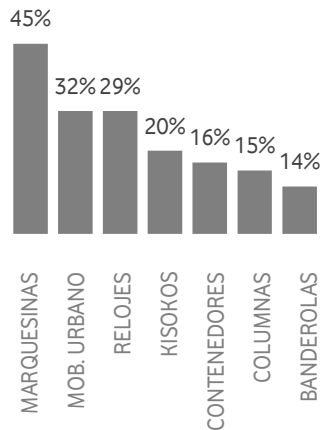


Vodafone
Media Lab

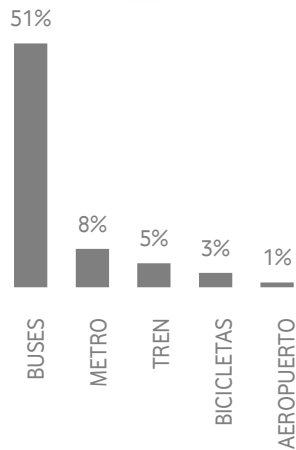
Mobiliario Urbano sigue liderando el ranking en términos de penetración, seguido del entorno trasportes



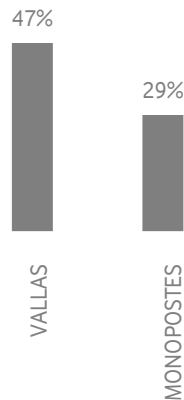
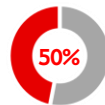
MOBILIARIO URBANO



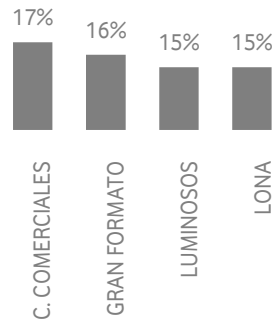
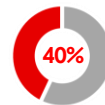
TRANSPORTES



GRAN FORMATO



RESTO



% Penetración

Principales Players



MOBILARIO URBANO

NACIONAL

 Clear Channel
JCDecaux

REGIONAL

 exteriorplus  grupo
MUGASA **GMG**



TRANSPORTES

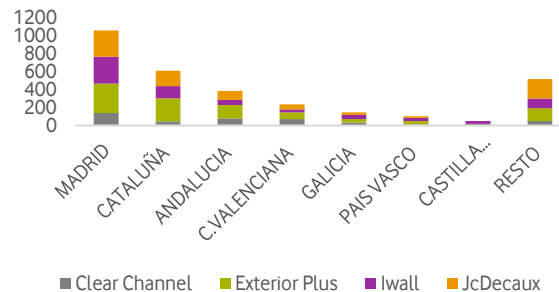
  exteriorplus
  ExteriorMedia

  exteriorplus MAD+BCN
  ExteriorMedia SEV+MAL+AL
 **JCDecaux** MAD+BCN+BIL
  grupo
PROMEDIOS BCN



MALLS

 exteriorplus  Clear Channel
JCDecaux **iwall**
in shop



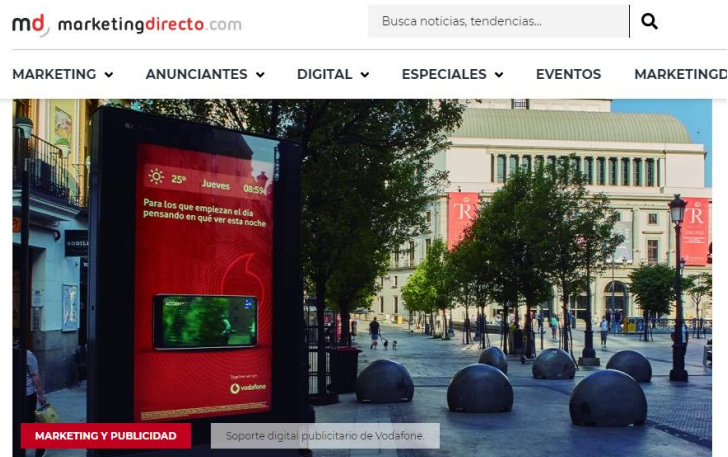
Y MEDIA WINK
iPROSPECT
a dailymile company

Vodafone
Media Lab

La digitalización tiende a la flexibilidad y nuevos modelos de compra, destacando el uso de la data y la compra flexible bajo demanda



Formatos innovadores VDF: Creatividades dinámicas

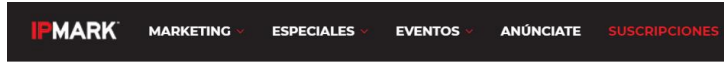


Soportes digitales disponibles hasta el 26 de julio

Vodafone estrena campaña de creatividades dinámicas en DOOH con Ymedia Wink



Formatos innovadores VDF: 3D

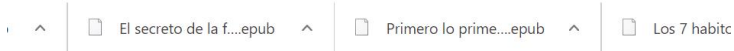


Vodafone aprovecha el 3D para impactar en su última campaña

Después de inaugurar los soportes icónicos de Exterior Plus en los aeropuertos de Madrid y Barcelona, Vodafone estrena una campaña 3D multisoporte en ambos entornos, y en la Estación de Atocha.



Utilizamos cookies para asegurar que damos la mejor experiencia al usuario en nuestra web. Si sigues utilizando este s



Formatos innovadores VDF: Cierres locales

MarketingNews

martes, 16 de noviembre de 2021

MEDIOS

Las calles de Madrid, escaparate de la oferta de Vodafone TV

Ymedia Wink ha creado para Vodafone la Ruta Fuera de Serie, un recorrido de arte urbano pintado por el ilustrador Nacho Welles en los cierres de diferentes establecimientos del centro de la capital

18/10/2021



Vodafone, junto con el artista Nacho Welles, ha pintado con grafitis el centro de Madrid para crear una ruta que muestra imágenes artísticas de

LO + LEÍDO

- 1 Ilustración y pintura de David de las Heras para presentar el nuevo Lexus
- 2 Lo nuevo de Allianz Direct tiene como embajador de marca a Usain Bolt
- 3 Lego estrena su primera creatividad mundial dirigida a un 'target' adulto
- 4 'PHD y el nuevo consumidor digital'
- 5 ¿Qué tendencias están revolucionando la comunicación de las marcas?



YMEDIA WINK
iPROSPECT
a dentau company

Vodafone
Media Lab

Formatos innovadores VDF: OOH Conectado



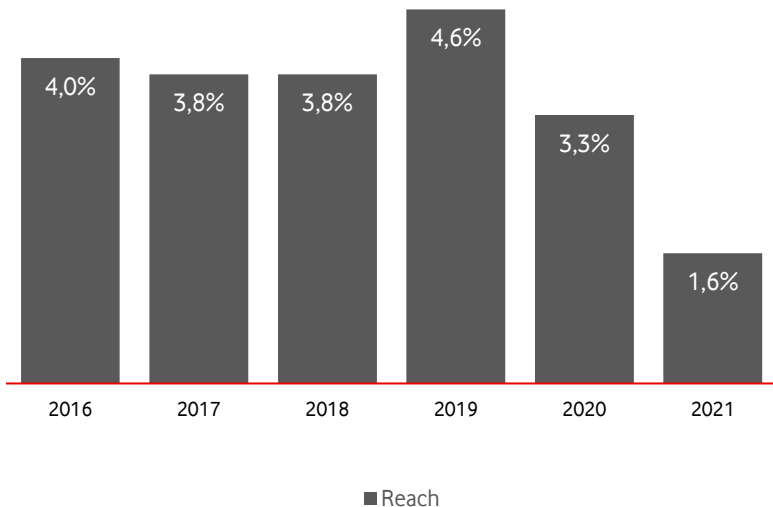
Cine

08

Caida histórica en el medio cine a consecuencia de la pandemia

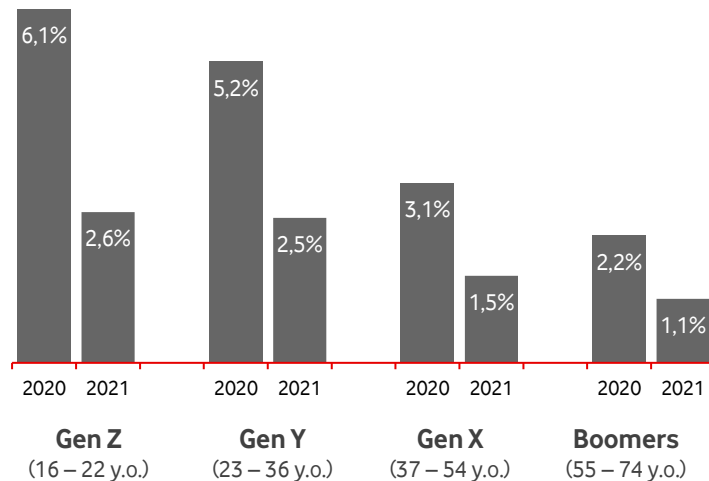
Evolución cobertura Prensa

Adultos +16



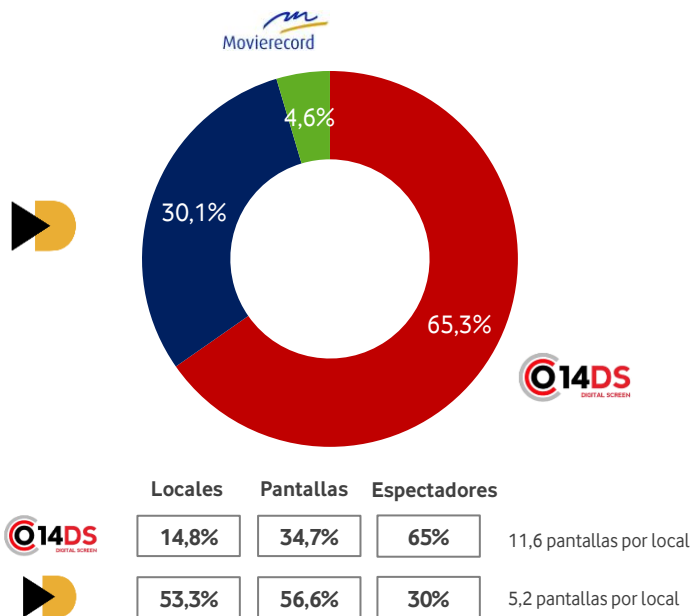
Evolución consumo Prensa

Por generaciones



014 y Discine se reparten el mercado del cine

Inversión principales exclusivistas (%)



Distribución pantallas por exclusivistas y CC.AA



YMEDIA WINK
iPROSPECT
a ventee company



Vodafone
Media Lab