



agosto 25

EL ROSCO

DEL CONSUMO AUDIOVISUAL de los grandes grupos audiovisuales

Informe elaborado por Barlovento Comunicación con datos de Kantar y Comscore

EL ROSCO DEL CONSUMO AUDIOVISUAL de los grandes grupos audiovisuales

©Informe elaborado por Barlovento Comunicación con datos de Kantar y Comscore (VMX® VideoMetrix Desktop+Mobile, España).



Propósito: Barlovento Comunicación analiza **el total del consumo audiovisual** y recoge en un mismo informe el consumo de contenidos audiovisuales integrando los datos de Kantar (televisión) y Comscore (ordenador, móvil y tablet) para poder ofrecer el **“Share audiovisual agregado”**.



Metodología: Para la agregación de consumos se utiliza la métrica homologable en ambos sistemas de medición que es el **número de minutos diarios que consume cada individuo**.

EL ROSCO DEL CONSUMO AUDIOVISUAL de los grandes grupos audiovisuales

©Informe elaborado por Barlovento Comunicación con datos de Kantar y Comscore (VMX® VideoMetrix Desktop+Mobile, España).
*Datos Mediaset y RTVE: Kantar+Comscore Panel Only.

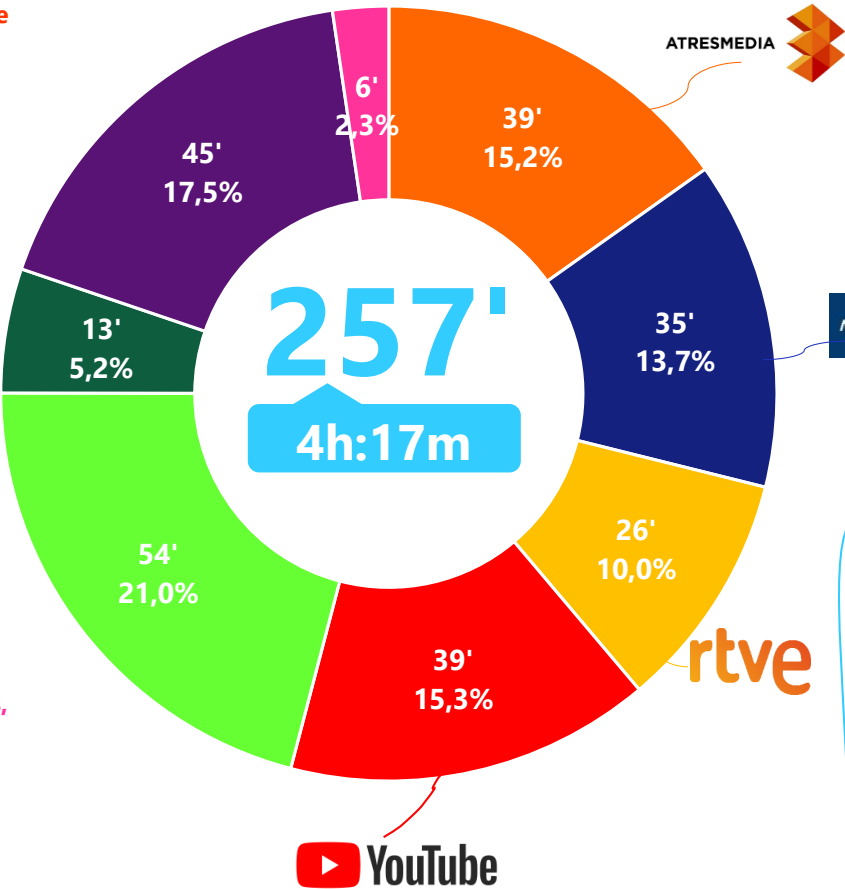
Agosto 25



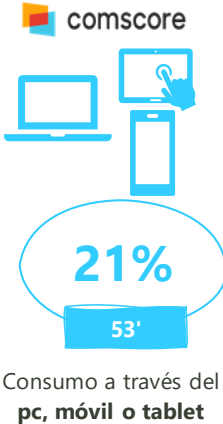
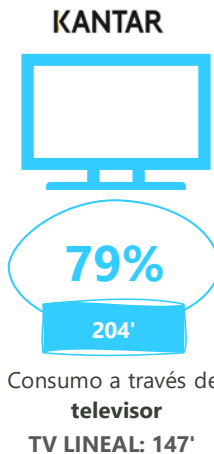
Individuos 18+ años

Tiempo minutos persona/día

- Grupo ATRESMEDIA (Kantar + Comscore VMX)
- Grupo MEDIASET (Kantar + Comscore VMX Only Panel)
- Grupo RTVE (Kantar + Comscore VMX Only Panel)
- YOUTUBE (Comscore VMX)
- RESTO TV, Kantar (Temáticas Pago, Autonómicas, Trece, Paramount, etc.)
- RESTO INTERNET, Comscore VMX (todo el vídeo que no viene de Youtube, Atresmedia, Mediaset ni RTVE)
- CTV Kantar = OTTs + Plataformas vídeo (Youtube, Netflix, PrimeVideo, HBO, Internet...)
- Otros consumos Kantar (reproducciones, videojuegos, radio TDT...)



TOTAL CONSUMO AUDIOVISUAL



Minutos en Kantar (Lineal+Diferido) | 18+ ago-25 % Peso sobre el Total Consumo Audiovisual

	ATRESMEDIA	A3	LA SEXTA	NOVA	ATRESERIES	NEOX	MEGA
Min>>	39'	19'	8'	3'	3'	3'	2'
%>>	15,2%	7,4%	3,1%	1,2%	1,2%	1,2%	0,8%

	MEDIASET.	T5	CUATRO	ENERGY	FDF	DIVINITY	BEMADtv	BOING
Min>>	35'	12'	8'	4'	4'	2'	3'	1'
%>>	13,6%	4,7%	3,1%	1,6%	1,6%	0,8%	1,2%	0,4%

	RTVE	La1	La2	24H	CLAN	TELEDEPORTE
Min>>	26'	16'	5'	2'	1'	1'
%>>	10,1%	6,2%	1,9%	0,8%	0,4%	0,4%

EL ROSCO DEL CONSUMO AUDIOVISUAL de los grandes grupos audiovisuales

©Informe elaborado por Barlovento Comunicación con datos de Kantar y Comscore (VMX® VideoMetrix Desktop+Mobile, España).

*Datos Mediaset y RTVE: Kantar+Comscore Panel Only.

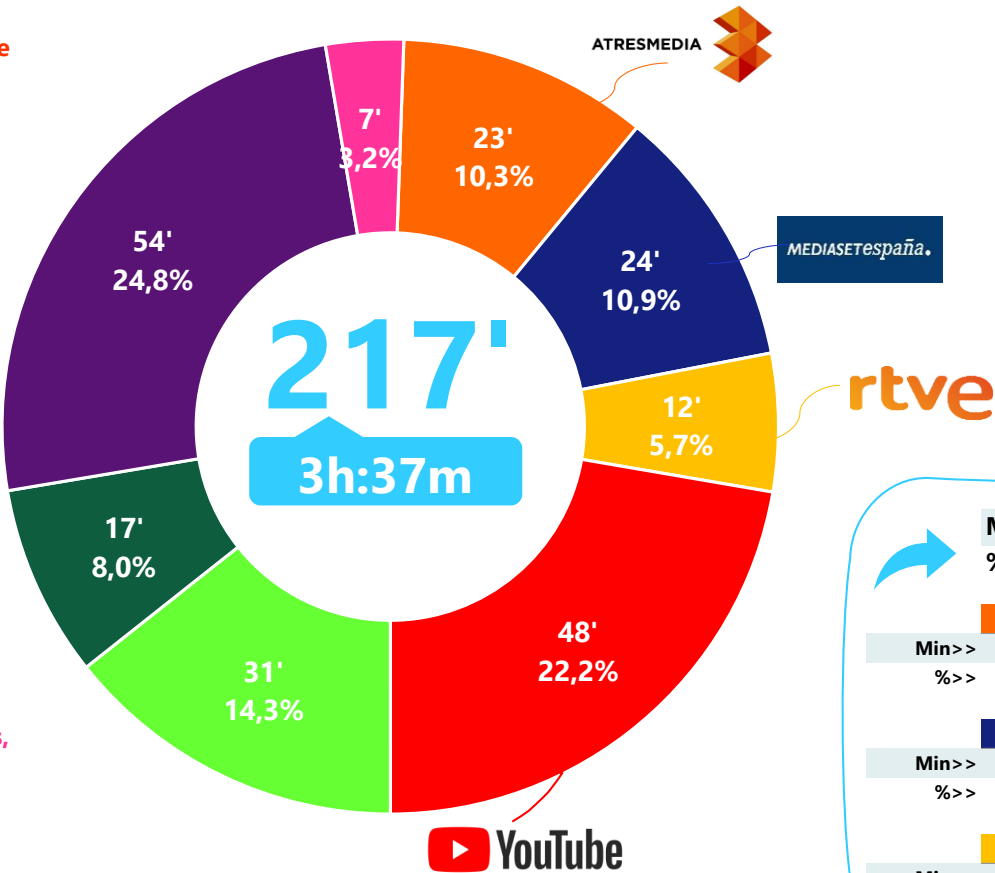
Agosto 25



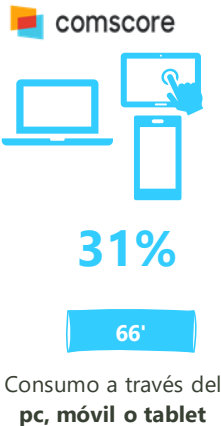
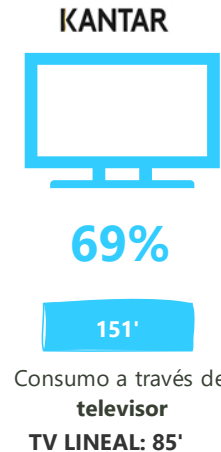
Individuos 25 a 54 años

Tiempo minutos persona/día

- Grupo ATRESMEDIA (Kantar + Comscore VMX)
- Grupo MEDIASET (Kantar + Comscore VMX Only Panel)
- Grupo RTVE (Kantar + Comscore VMX Only Panel)
- YOUTUBE (Comscore VMX)
- RESTO TV, Kantar (Temáticas Pago, Autonómicas, Trece, Paramount, etc.)
- RESTO INTERNET, Comscore VMX (todo el vídeo que no viene de Youtube, Atresmedia, Mediaset ni RTVE)
- CTV Kantar = OTTs + Plataformas vídeo (Youtube, Netflix, PrimeVideo, HBO, Internet...)
- Otros consumos Kantar (reproducciones, videojuegos, radio TDT...)



TOTAL CONSUMO AUDIOVISUAL



Minutos en Kantar (Lineal+Diferido)								
% Peso sobre el Total Consumo Audiovisual								
	ATRESMEDIA	A3	LA SEXTA	NOVA	ATRESERIES	NEOX	MEGA	
Min>>	22'	8'	5'	1'	2'	3'	2'	
%>>	10,1%	3,7%	2,3%	0,5%	0,9%	1,4%	0,9%	
	MEDIASET.	T5	CUATRO	ENERGY	FDF	DIVINITY	BEMADtv	BOING
Min>>	24'	7'	5'	3'	4'	1'	2'	1'
%>>	11,0%	3,2%	2,3%	1,4%	1,8%	0,5%	0,9%	0,5%
	RTVE	La1	La2	24H	CLAN	TELEDEPORTE		
Min>>	12'	8'	2'	1'	1'	1'		
%>>	5,5%	3,7%	0,9%	0,5%	0,5%	0,5%		

EL ROSCO DEL CONSUMO AUDIOVISUAL de los grandes grupos audiovisuales

©Informe elaborado por Barlovento Comunicación con datos de Kantar y Comscore (VMX® VideoMetrix Desktop+Mobile, España).

*Datos Mediaset y RTVE: Kantar+Comscore Panel Only.

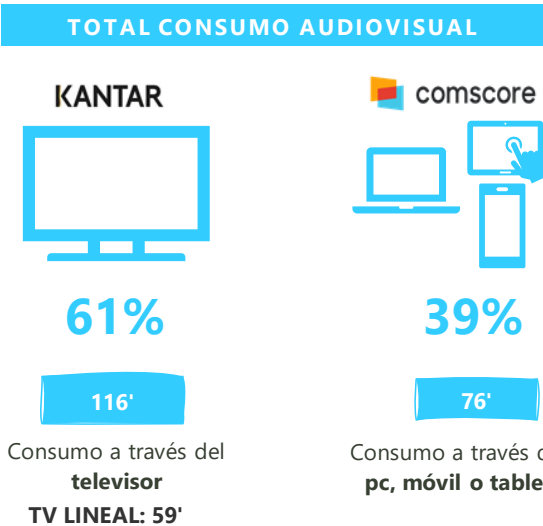
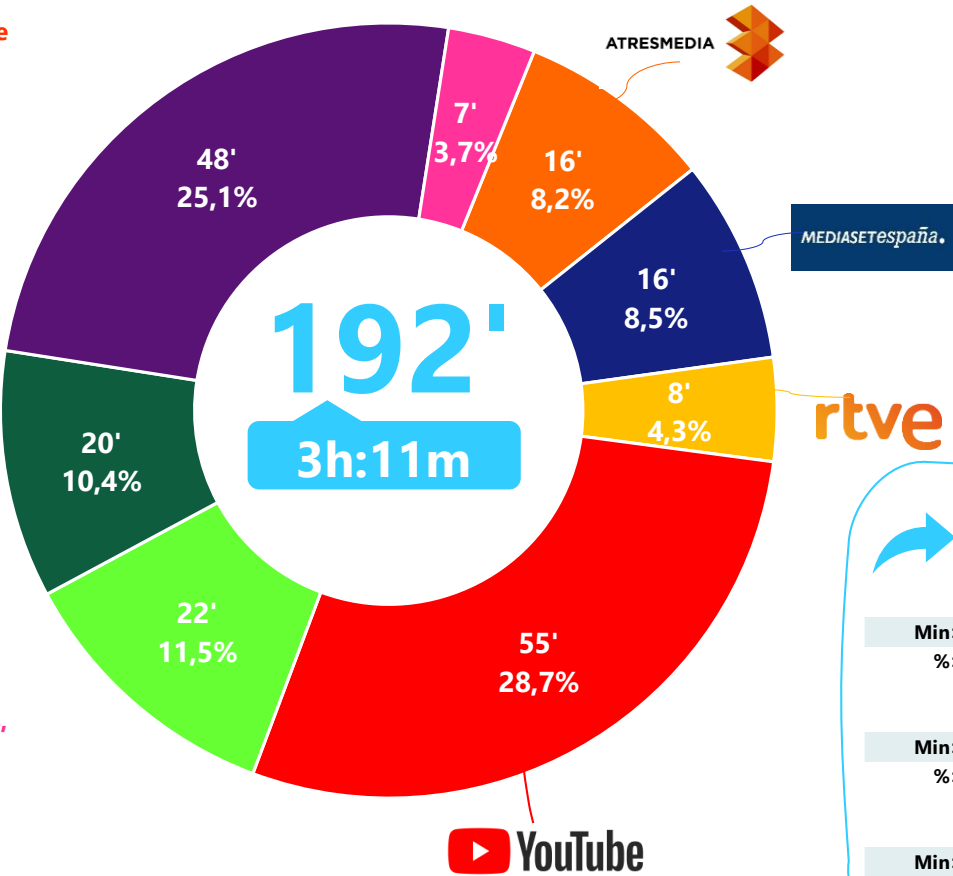
Agosto 25



Individuos 18-44 años

Tiempo minutos persona/día

- Grupo ATRESMEDIA (Kantar + Comscore VMX)
- Grupo MEDIASET (Kantar + Comscore VMX Only Panel)
- Grupo RTVE (Kantar + Comscore VMX Only Panel)
- YOUTUBE (Comscore VMX)
- RESTO TV, Kantar (Temáticas Pago, Autonómicas, Trece, Paramount, etc.)
- RESTO INTERNET, Comscore VMX (todo el vídeo que no viene de Youtube, Atresmedia, Mediaset ni RTVE)
- CTV Kantar = OTTs + Plataformas vídeo (Youtube, Netflix, PrimeVideo, HBO, Internet...)
- Otros consumos Kantar (reproducciones, videojuegos, radio TDT...)



Minutos en Kantar (Lineal+Diferido)								
% Peso sobre el Total Consumo Audiovisual								
	ATRESMEDIA	A3	LA SEXTA	NOVA	ATRESERIES	NEOX	MEGA	
Min>>	15'	6'	3'	1'	1'	3'	1'	
%>>	7,8%	3,1%	1,6%	0,5%	0,5%	1,6%	0,5%	
	MEDIASET.	T5	CUATRO	ENERGY	FDF	DIVINITY	BEMADtv	BOING
Min>>	16'	4'	3'	2'	4'	1'	1'	1'
%>>	8,4%	2,1%	1,6%	1,0%	2,1%	0,5%	0,5%	0,5%
	RTVE	La1	La2	24H	CLAN	TELEDEPORTE		
Min>>	8'	5'	1'	0'	1'	0'		
%>>	4,2%	2,6%	0,5%	0,0%	0,5%	0,0%		

EL ROSCO DEL CONSUMO AUDIOVISUAL de los grandes grupos audiovisuales

©Informe elaborado por Barlovento Comunicación con datos de Kantar y Comscore (VMX® VideoMetrix Desktop+Mobile, España).

*Datos Mediaset y RTVE: Kantar+Comscore Panel Only.

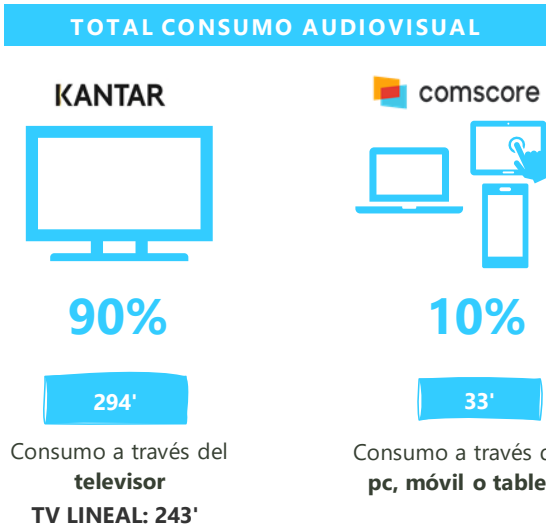
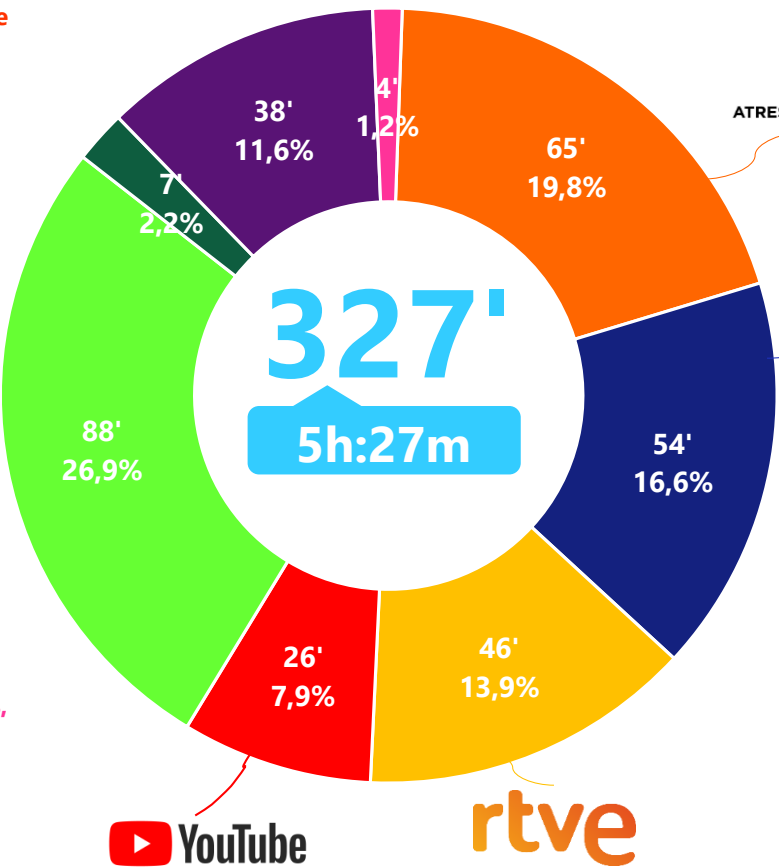
Agosto 25



Individuos 55+ años

Tiempo minutos persona/día

- Grupo ATRESMEDIA (Kantar + Comscore VMX)
- Grupo MEDIASET (Kantar + Comscore VMX Only Panel)
- Grupo RTVE (Kantar + Comscore VMX Only Panel)
- YOUTUBE (Comscore VMX)
- RESTO TV, Kantar (Temáticas Pago, Autonómicas, Trece, Paramount, etc.)
- RESTO INTERNET, Comscore VMX (todo el vídeo que no viene de Youtube, Atresmedia, Mediaset ni RTVE)
- CTV Kantar = OTTs + Plataformas vídeo (Youtube, Netflix, PrimeVideo, HBO, Internet...)
- Otros consumos Kantar (reproducciones, videojuegos, radio TDT...)



Minutos en Kantar (Lineal+Diferido)								
% Peso sobre el Total Consumo Audiovisual								
	ATRESMEDIA	A3	LA SEXTA	NOVA	ATRESERIES	NEOX	MEGA	
Min>>	65'	34'	13'	5'	5'	4'	3'	
%>>	19,9%	10,4%	4,0%	1,5%	1,5%	1,2%	0,9%	
	MEDIASET.	T5	CUATRO	ENERGY	FDF	DIVINITY	BEMADtv	BOING
Min>>	54'	21'	13'	7'	4'	4'	5'	1'
%>>	16,5%	6,4%	4,0%	2,1%	1,2%	1,2%	1,5%	0,3%
	RTVE	La1	La2	24H	CLAN	TELEDEPORTE		
Min>>	46'	29'	10'	3'	1'	2'		
%>>	14,0%	8,9%	3,1%	0,9%	0,3%	0,6%		

CONCEPTOS Y FICHA TÉCNICA DEL ROSCO CONSUMO AUDIOVISUAL

©Informe elaborado por Barlovento Comunicación con datos de Kantar y Comscore (VMX® VideoMetrix Desktop+Mobile, España)

KANTAR

comscore



Grupo ATRESMEDIA (Kantar + Comscore VMX)

Incluye el tiempo de consumo de las cadenas del grupo de Atresmedia en Kantar (lineal+diferido), así como la propiedad "Atresmedia" en Comscore (VideoMetrix).

Grupo MEDIASET (Kantar + Comscore VMX)

Incluye el tiempo de consumo de las cadenas del grupo de Mediaset en Kantar (lineal+diferido), así como la propiedad "Mediaset España" en Comscore Only Panel (VideoMetrix).

Grupo RTVE (Kantar + Comscore VMX)

Incluye el tiempo de consumo de las cadenas del grupo RTVE en Kantar (lineal+diferido), así como la propiedad "RTVE" en Comscore Only Panel (VideoMetrix).

YOUTUBE (Comscore VMX)

Incluye el tiempo de consumo del medio "Youtube" en Comscore (VideoMetrix).

RESTO TV (Kantar)

Incluye el tiempo del resto de cadenas en Kantar que no están incluidas dentro de los tres primeros operadores; es decir, Autonómicas, Temáticas de Pago y demás cadenas como Trece, Disney Channel...

RESTO INTERNET (Comscore VMX)

Incluye el tiempo de contenido audiovisual que recoge Comscore (VideoMetrix), salvo lo correspondiente a Atresmedia, Mediaset, RTVE y Youtube.

CTV Kantar = OTTs + Plataformas vídeo

Incluye el apartado "Internet" de Kantar de "Otros consumos del televisor" y donde se recoge el consumo de OTTs (Netflix, PrimeVideo, HBO, etc) y plataformas de vídeo como Youtube.

Otros consumos Kantar

Incluye los apartados "Play" (reproducción) y "Otros usos" (videojuegos, radio TDT, etc) de Kantar de "Otros consumos del televisor".

- KANTAR: Herramienta extracción de datos: InstarAnalytics | Ámbitos: España (2rT) | Actividades: Lineal+ADV | Incluye invitados y segundas residencias totals | S.Distribución: TSD.
- COMSCORE: Herramienta extracción de datos: Desktop+Mobile | Ámbitos: España | Tipo vídeo: Contenido | Plataforma: Total Digital Vídeo | Medios: Total propiedades.



Síguenos en Redes: @blvcom

📞 914461757

✉ blvcom@barloventocomunicacion.es

Suscríbete a nuestra Newsletter

<https://bit.ly/3ZU1gHx>