BARLOVENTO COMUNICACIÓN

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

# EL ROSCO

# DEL CONSUMO AUDIOVISUAL

## de los grandes grupos audiovisuales

septiembre 26

Informe elaborado por Barlovento Comunicación con datos de Fifty5Blue y Comscore

# **EL ROSCO** DEL CONSUMO AUDIOVISUAL de los grandes grupos audiovisuales

©Informe elaborado por Barlovento Comunicación con datos de Fifty5Blue 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 Fifty5Blue (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 Fifty5Blue y Comscore (VMX® VideoMetrix Desktop+Mobile, España).
*Datos Mediaset y RTVE: Fifty5Blue+Comscore Panel Only.

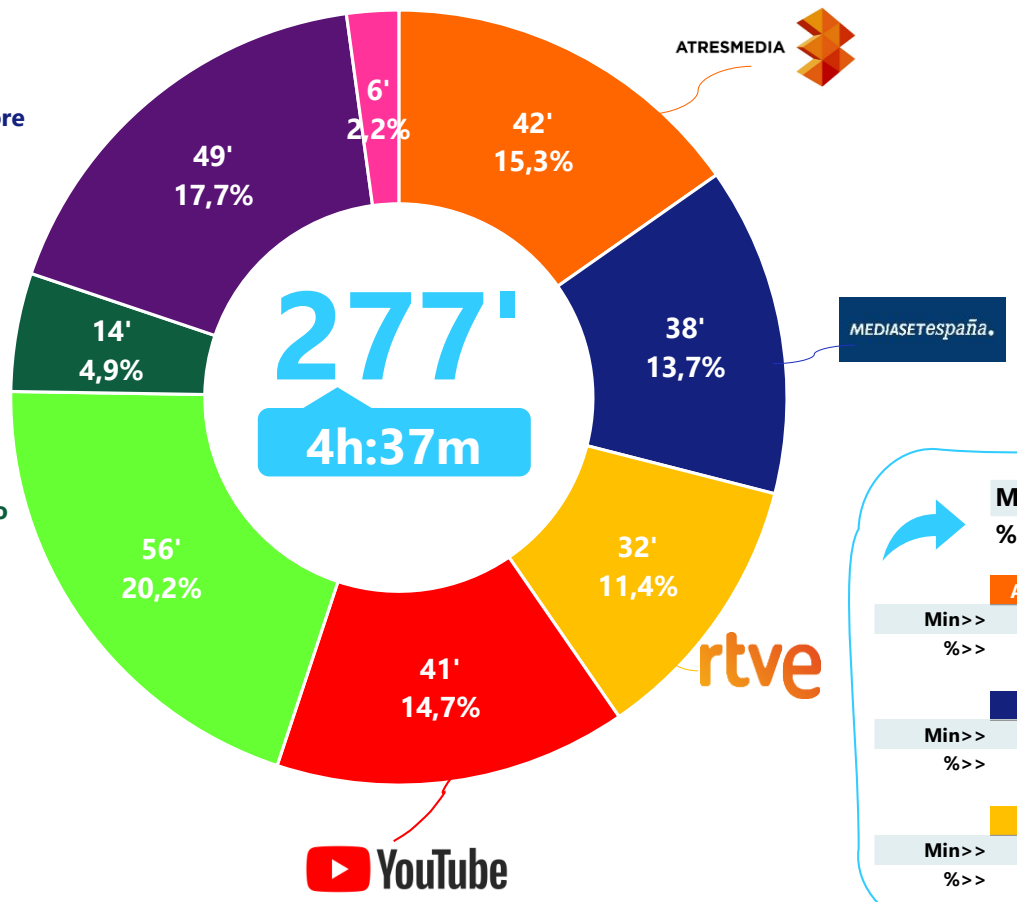
**Septiembre 26**

BARLOVENTO COMUNICACIÓN

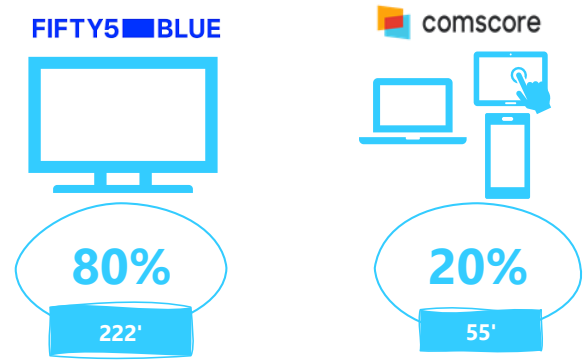
## Individuos 18+ años

Tiempo minutos persona/día

- Grupo ATRESMEDIA (Fifty5Blue + Comscore VMX)
- Grupo MEDIASET (Fifty5Blue + Comscore VMX Only Panel)
- Grupo RTVE (Fifty5Blue + Comscore VMX Only Panel)
- YOUTUBE (Comscore VMX)
- RESTO TV, Fifty5Blue (Temáticas Pago, Autonómicas, Trece, Paramount, etc.)
- RESTO INTERNET, Comscore VMX (todo el vídeo que no viene de Youtube, Atresmedia, Mediaset ni RTVE)
- CTV Fifty5Blue = OTTs + Plataformas vídeo (Youtube, Netflix, PrimeVideo, HBO, Internet...)
- Otros consumos Fifty5Blue (reproducciones, videojuegos, radio TDT...)




### TOTAL CONSUMO AUDIOVISUAL




Consumo a través del **televisor**
**TV LINEAL: 159'**

Consumo a través del **pc, móvil o tablet**

**Minutos en Kantar (Lineal+Diferido) | 18+ sep-26**
**% Peso sobre el Total Consumo Audiovisual**

| | ATRESMEDIA | A3 | LA SEXTA | NOVA | ATRESERIES | NEOX | MEGA |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Min>> | 42' | 22' | 9' | 3' | 3' | 3' | 2' |
| %>> | 15,1% | 7,9% | 3,2% | 1,1% | 1,1% | 1,1% | 0,7% |

| | MEDIASET. | T5 | CUATRO | ENERGY | FDF | DIVINITY | BEMADtv | BOING |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Min>> | 38' | 14' | 12' | 3' | 3' | 2' | 3' | 1' |
| %>> | 13,7% | 5,0% | 4,3% | 1,1% | 1,1% | 0,7% | 1,1% | 0,4% |

| | RTVE | La1 | La2 | 24H | CLAN | TELEDEPORTE |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Min>> | 32' | 21' | 6' | 2' | 1' | 2' |
| %>> | 11,5% | 7,6% | 2,2% | 0,7% | 0,4% | 0,7% |

# EL ROSCO DEL CONSUMO AUDIOVISUAL de los grandes grupos audiovisuales

©Informe elaborado por Barlovento Comunicación con datos de Fifty5Blue y Comscore (VMX® VideoMetrix Desktop+Mobile, España).
*Datos Mediaset y RTVE: Fifty5Blue+Comscore Panel Only.

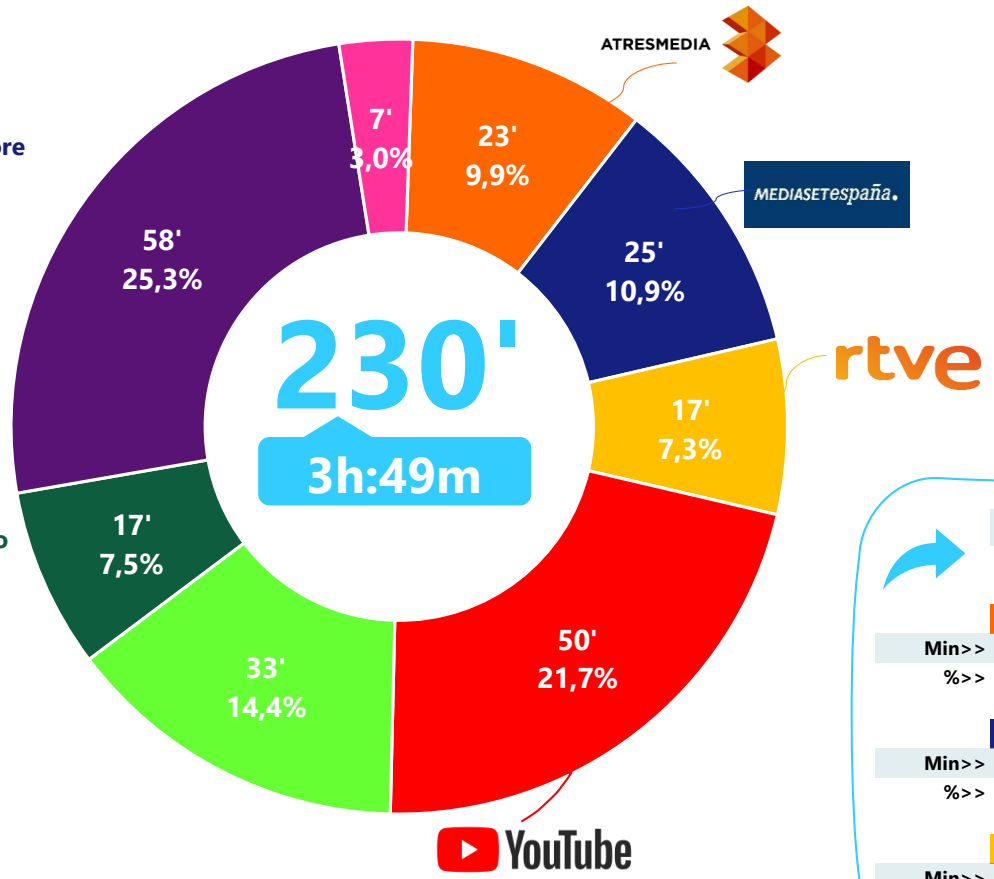
**Septiembre 26**

BARLOVENTO COMUNICACIÓN

## Individuos 25 a 54 años

Tiempo minutos persona/día

- Grupo ATRESMEDIA (Fifty5Blue + Comscore VMX)
- Grupo MEDIASET (Fifty5Blue + Comscore VMX Only Panel)
- Grupo RTVE (Fifty5Blue + Comscore VMX Only Panel)
- YOUTUBE (Comscore VMX)
- RESTO TV, Fifty5Blue (Temáticas Pago, Autonómicas, Trece, Paramount, etc.)
- RESTO INTERNET, Comscore VMX (todo el vídeo que no viene de Youtube, Atresmedia, Mediaset ni RTVE)
- CTV Fifty5Blue = OTTs + Plataformas vídeo (Youtube, Netflix, PrimeVideo, HBO, Internet...)
- Otros consumos Fifty5Blue (reproducciones, videojuegos, radio TDT...)




### TOTAL CONSUMO AUDIOVISUAL

FIFTY5BLUE — 70% — 161' — Consumo a través del **televisor**

comscore — 30% — 69' — Consumo a través del **pc, móvil o tablet**

**TV LINEAL: 90'**

**Minutos en Kantar (Lineal+Diferido)**

**% Peso sobre el Total Consumo Audiovisual**

| | ATRESMEDIA | A3 | LA SEXTA | NOVA | ATRESERIES | NEOX | MEGA |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Min>> | 22' | 9' | 6' | 1' | 2' | 3' | 1' |
| %>> | 9,6% | 3,9% | 2,6% | 0,4% | 0,9% | 1,3% | 0,4% |

| | MEDIASET. | T5 | CUATRO | ENERGY | FDF | DIVINITY | BEMADtv | BOING |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Min>> | 24' | 8' | 7' | 2' | 4' | 1' | 1' | 1' |
| %>> | 10,5% | 3,5% | 3,0% | 0,9% | 1,7% | 0,4% | 0,4% | 0,4% |

| | RTVE | La1 | La2 | 24H | CLAN | TELEDEPORTE |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Min>> | 17' | 11' | 3' | 1' | 1' | 1' |
| %>> | 7,4% | 4,8% | 1,3% | 0,4% | 0,4% | 0,4% |

# EL ROSCO DEL CONSUMO AUDIOVISUAL de los grandes grupos audiovisuales

©Informe elaborado por Barlovento Comunicación con datos de Fifty5Blue y Comscore (VMX® VideoMetrix Desktop+Mobile, España).
*Datos Mediaset y RTVE: Fifty5Blue+Comscore Panel Only.

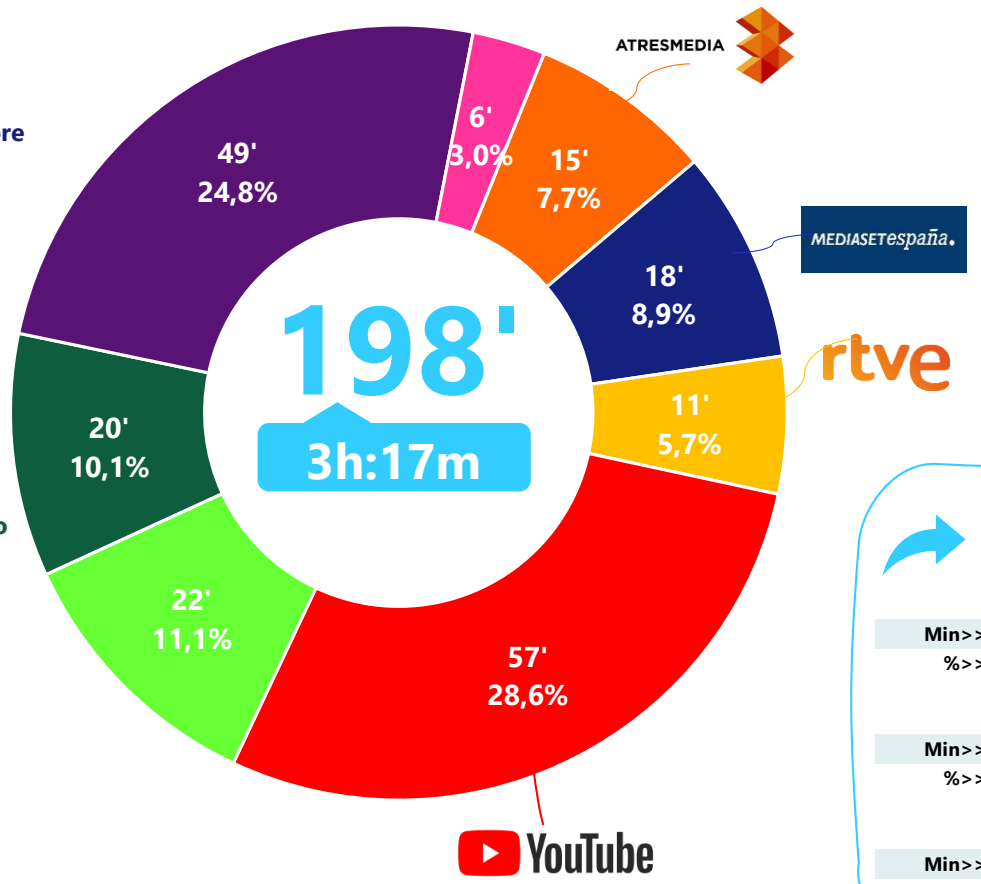
**Septiembre 26**

BARLOVENTO COMUNICACIÓN

## Individuos 18-44 años

Tiempo minutos persona/día

- Grupo ATRESMEDIA (Fifty5Blue + Comscore VMX)
- Grupo MEDIASET (Fifty5Blue + Comscore VMX Only Panel)
- Grupo RTVE (Fifty5Blue + Comscore VMX Only Panel)
- YOUTUBE (Comscore VMX)
- RESTO TV, Fifty5Blue (Temáticas Pago, Autonómicas, Trece, Paramount, etc.)
- RESTO INTERNET, Comscore VMX (todo el vídeo que no viene de Youtube, Atresmedia, Mediaset ni RTVE)
- CTV Fifty5Blue = OTTs + Plataformas vídeo (Youtube, Netflix, PrimeVideo, HBO, Internet...)
- Otros consumos Fifty5Blue (reproducciones, videojuegos, radio TDT...)




### TOTAL CONSUMO AUDIOVISUAL

FIFTY5BLUE

61%

120'

Consumo a través del **televisor**

**TV LINEAL: 61'**

comscore

39%

78'

Consumo a través del **pc, móvil o tablet**

**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' | 2' | 1' |
| %>> | 7,6% | 3,0% | 1,5% | 0,5% | 0,5% | 1,0% | 0,5% |

| | MEDIASET. | T5 | CUATRO | ENERGY | FDF | DIVINITY | BEMADtv | BOING |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Min>> | 17' | 6' | 4' | 1' | 3' | 1' | 1' | 1' |
| %>> | 8,6% | 3,0% | 2,0% | 0,5% | 1,5% | 0,5% | 0,5% | 0,5% |

| | RTVE | La1 | La2 | 24H | CLAN | TELEDEPORTE |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Min>> | 11' | 8' | 2' | 1' | 1' | 1' |
| %>> | 5,6% | 4,0% | 1,0% | 0,5% | 0,5% | 0,5% |

# EL ROSCO DEL CONSUMO AUDIOVISUAL de los grandes grupos audiovisuales

©Informe elaborado por Barlovento Comunicación con datos de Fifty5Blue y Comscore (VMX® VideoMetrix Desktop+Mobile, España).
*Datos Mediaset y RTVE: Fifty5Blue+Comscore Panel Only.

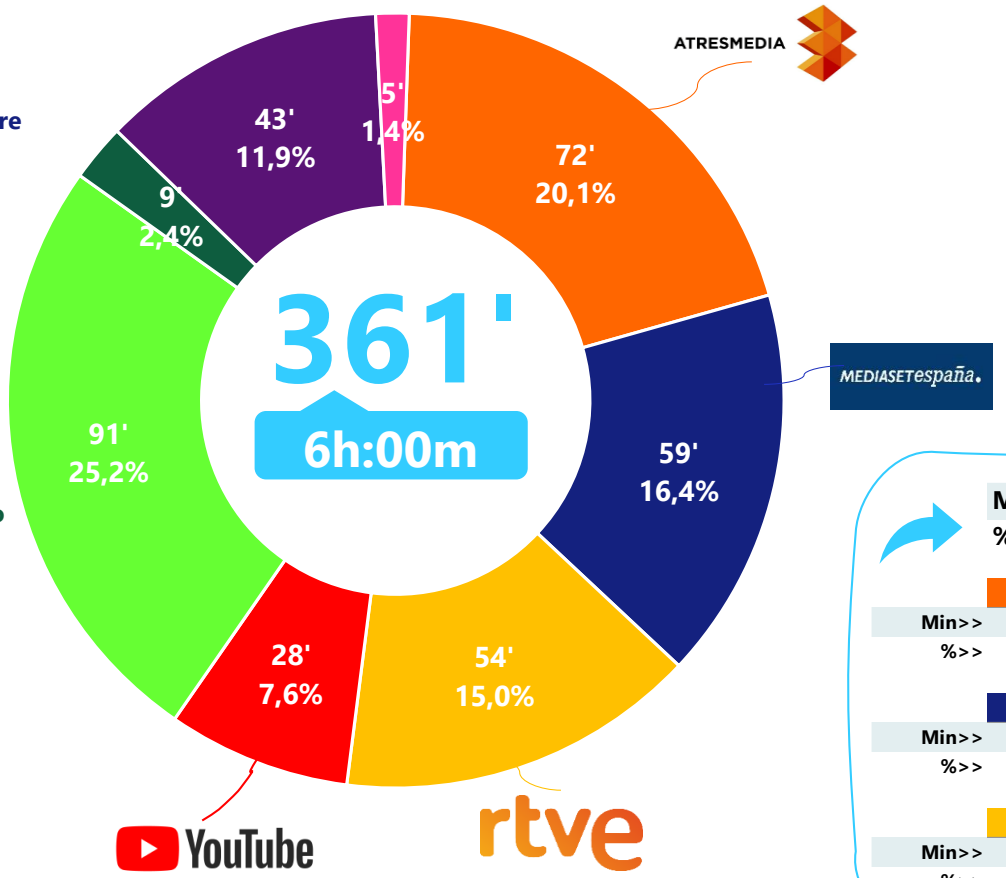
**Septiembre 26**

BARLOVENTO COMUNICACIÓN

## Individuos 55+ años

Tiempo minutos persona/día

- Grupo ATRESMEDIA (Fifty5Blue + Comscore VMX)
- Grupo MEDIASET (Fifty5Blue + Comscore VMX Only Panel)
- Grupo RTVE (Fifty5Blue + Comscore VMX Only Panel)
- YOUTUBE (Comscore VMX)
- RESTO TV, Fifty5Blue (Temáticas Pago, Autonómicas, Trece, Paramount, etc.)
- RESTO INTERNET, Comscore VMX (todo el vídeo que no viene de Youtube, Atresmedia, Mediaset ni RTVE)
- CTV Fifty5Blue = OTTs + Plataformas vídeo (Youtube, Netflix, PrimeVideo, HBO, Internet...)
- Otros consumos Fifty5Blue (reproducciones, videojuegos, radio TDT...)




### TOTAL CONSUMO AUDIOVISUAL

FIFTY5BLUE — comscore

**90%** — **10%**

**324'** — **37'**

Consumo a través del **televisor**
**TV LINEAL: 265'**

Consumo a través del **pc, móvil o tablet**

**Minutos en Kantar (Lineal+Diferido)**
**% Peso sobre el Total Consumo Audiovisual**

| | ATRESMEDIA | A3 | LA SEXTA | NOVA | ATRESERIES | NEOX | MEGA |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Min>> | 72' | 40' | 14' | 6' | 6' | 3' | 3' |
| %>> | 20,0% | 11,1% | 3,9% | 1,7% | 1,7% | 0,8% | 0,8% |

| | MEDIASET. | T5 | CUATRO | ENERGY | FDF | DIVINITY | BEMADtv | BOING |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Min>> | 59' | 23' | 20' | 5' | 4' | 3' | 4' | 1' |
| %>> | 16,4% | 6,4% | 5,5% | 1,4% | 1,1% | 0,8% | 1,1% | 0,3% |

| | RTVE | La1 | La2 | 24H | CLAN | TELEDEPORTE |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Min>> | 54' | 35' | 11' | 4' | 1' | 3' |
| %>> | 15,0% | 9,7% | 3,1% | 1,1% | 0,3% | 0,8% |

# CONCEPTOS Y FICHA TÉCNICA DEL ROSCO CONSUMO AUDIOVISUAL

©Informe elaborado por Barlovento Comunicación con datos de Fifty5Blue y Comscore (VMX® VideoMetrix Desktop+Mobile, España)

| | |
|---|---|
| **Grupo ATRESMEDIA (Fifty5Blue + Comscore VMX)** | **Incluye el tiempo de consumo de las cadenas del grupo de Atresmedia en Fifty5Blue (lineal+diferido), así como la propiedad "Atresmedia" en Comscore (VideoMetrix).** |
| **Grupo MEDIASET (Fifty5Blue + Comscore VMX)** | **Incluye el tiempo de consumo de las cadenas del grupo de Mediaset en Fifty5Blue (lineal+diferido), así como la propiedad "Mediaset España" en Comscore Only Panel (VideoMetrix).** |
| **Grupo RTVE (Fifty5Blue + Comscore VMX)** | **Incluye el tiempo de consumo de las cadenas del grupo RTVE en Fifty5Blue (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 (Fifty5Blue)** | **Incluye el tiempo del resto de cadenas en Fifty5Blue 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 Fifty5Blue = OTTs + Plataformas vídeo** | **Incluye el apartado "Internet" de Fifty5Blue 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 Fifty5Blue** | **Incluye los apartados "Play" (reproducción) y "Otros usos" (videojuegos, radio TDT, etc) de Fifty5Blue de "Otros consumos del televisor".** |

- **Fifty5Blue: 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.**

BARLOVENTO COMUNICACIÓN

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

# Síguenos en Redes: @blvcom


✆ 914461757

✉ blvcom@barloventocomunicacion.es


## Suscríbete a nuestra Newsletter

CLICK AQUÍ