

OFERTA COMERCIAL

4T2013

ÍNDICE

- Mercado publicitario
- Atresmedia, líderes
- Atres Cobertura
- Atres Afinidad
- Novedades

Mercado

Contexto macroeconómico

Mejora del entorno: tanto del actual como de las previsiones

Entorno

ECONOMÍA / 118.722 MILLONES DE EUROS

Las exportaciones españolas registran un récord histórico en el primer semestre

ABC.ES / MADRID | Día 22/08/2013 - 17.22h

- El déficit comercial retrocede un 69% hasta los 5.824 millones por los 18.641 millones del primer semestre de 2012

Sigue ABC.es en... Facebook

Anfac FACONAUTO ganvam

El mercado de turismos crece en Septiembre un 28,5%

Los expertos de Funcas mejoran la previsión del PIB y el paro españoles para este año 2013

CRISIS | El bono a 10 años, por debajo del 4,4%

La prima de riesgo baja de los 250 puntos por primera vez en dos años

- El interés de la deuda a 10 años se sitúa por debajo del 4,4%
- La Bolsa española ha marcado un nuevo máximo anual
- Subir casi un 1% y acumula cinco semanas consecutivas de ganancias

Efe | Europa Press | Madrid — Comentarios 71

Actualizado viernes 16/08/2013 16:57 horas

La prima de riesgo de España ha caído por debajo de 250 puntos básicos (el jueves cerró en 257) por primera vez desde el 5 de julio de 2011, debido al descenso de la rentabilidad del bono español a 10 años por debajo del 4,4%.

BAJA DEL NÚMERO DE PARADOS



Inversión publicitaria. Previsión

i2p Previsión inversión publicitaria año 2014

Después de tres años de fuertes caídas, la inversión publicitaria, en el 2014, podría aumentar 1,3% hasta alcanzar los 3,601,5 mill. de €

La inversión publicitaria podría crecer un 0,4% en 2014

Zenthinela

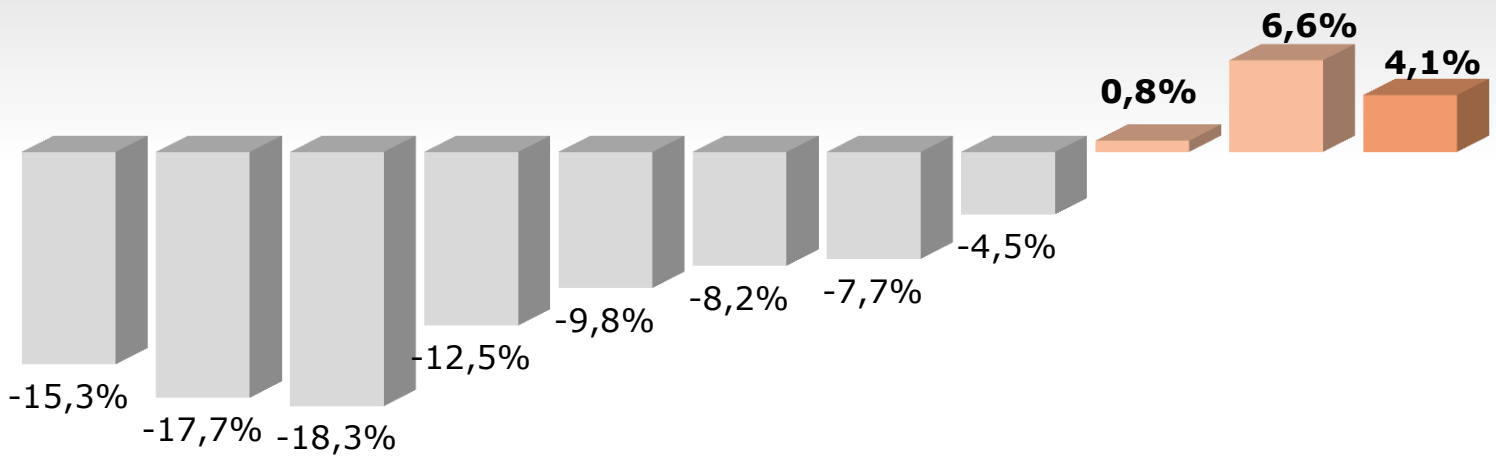
Esa es la impresión que tienen los panelistas (directivos de medios de comunicación) de Zenthinela a día de hoy. En la ola correspondiente a este mes de octubre han comenzado a mejorar algunos indicadores. Aunque este año se cerrará con una caída del 11,8% en la inversión publicitaria, de cara a 2014 se espera una reactivación del mercado. Por primera vez desde 2007, el IPSE (Índice de Percepción de la Situación Económica) recupera un valor positivo (+5) tras subir más de 50 puntos. La percepción sobre el mercado publicitario (IPMP) muestra una tendencia todavía más positiva, creciendo 58 puntos y estableciéndose en un ?20. A pesar del signo negativo (se alcanza desde valores muy bajos), representa la mejor cifra desde abril de 2011.

Fuente: CIS Expansión.es, FUNCAS, Anfac, ABC.es

Mercado publicitario

%Evol. TTV 2013 vs 2012

Se confirma el cambio: octubre, segundo mes en positivo



CRECIMIENTO

Fuente: Est. Dpto. Marketing MDO. INTERNO Inversión Total Publicidad. Noviembre 2013.

ÍNDICE

- El mercado TV
- Atresmedia, líderes
- Atres Cobertura
- Atres Afinidad
- Atresmedia, opción de cobertura
- Novedades

Atresmedia, líderes

Atresmedia

Grupo Atresmedia, líderes absolutos del mes de noviembre

Atresmedia consigue en noviembre un histórico triple éxito de audiencia: Antena3, LaSexta y el Grupo (con un canal menos)



Fuente: KANTAR MEDIA España | Noviembre 2013. Ind 4+

Atresmedia, líderes

%Share. Atresmedia vs Mediaset

Atresmedia supera a Mediaset

Liderazgo +2,5 puntos

29,6%

ATRESMEDIA

31,2% en prime time

27,1%

MEDIASET

26,2% en prime time

Liderazgo PT +5 puntos

Fuente: KANTAR MEDIA PyB | Noviembre 2013. Ind 4+
MEDIASET: Grupo sin Boing

ÍNDICE

- El mercado TV
- Atresmedia, líderes
- Atres Cobertura
- Atres Afinidad
- Novedades

Antena3, líder

%Share. Antena 3 vs Telecinco

Antena 3 supera a Telecinco

14,1% 14,1% prime time

Antena3, **lidera** todos los meses **en target comercial**, (excepto junio).

Crece vs octubre (+0,4ptos) y vs mismo periodo del año anterior (+0,1ptos).

Firma su **mejor resultado** en cuatro años.

Mantiene 15 meses de **ascenso consecutivo** respecto al mismo periodo del año anterior.

14,0%

14,1% prime time

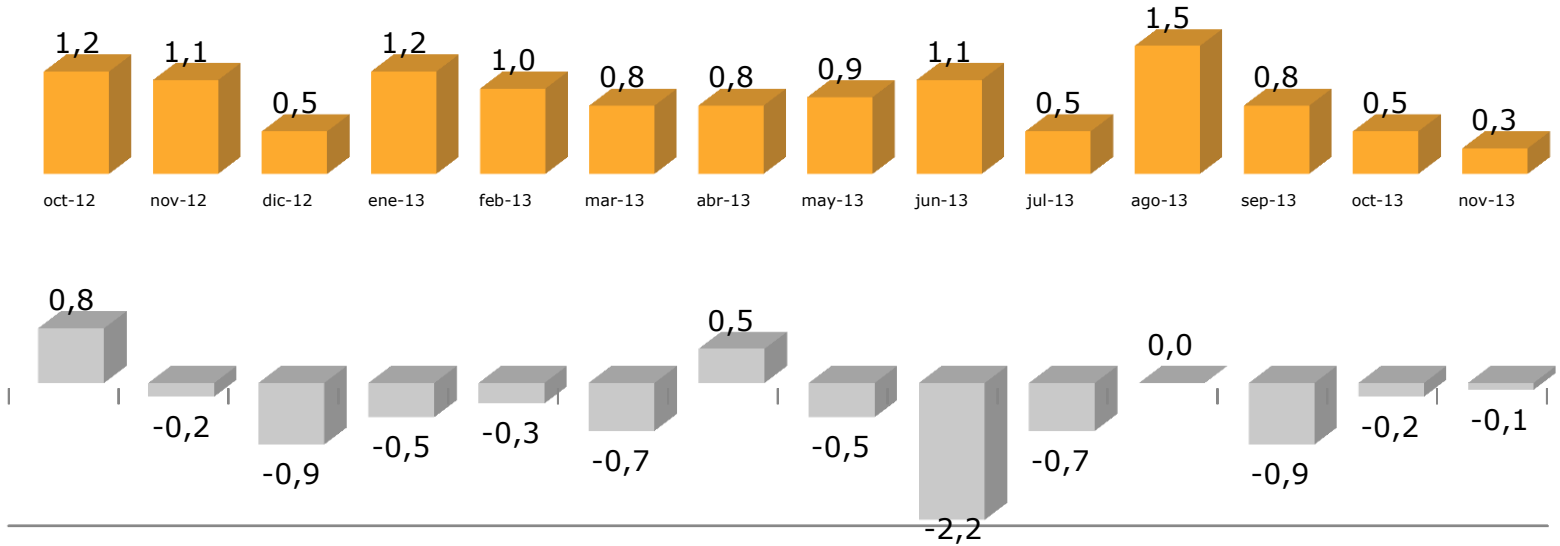
Fuente: KANTAR MEDIA PyB | Noviembre 2013. Ind 4+

Audiencia

%Share. Adultos

Un año de subida: A3 sube consecutivamente todos los meses

Puntos versus mismo periodo año anterior



Fuente: KANTAR MEDIA PyB | Noviembre 2013
Total Día

Audiencia

%Share. Adultos

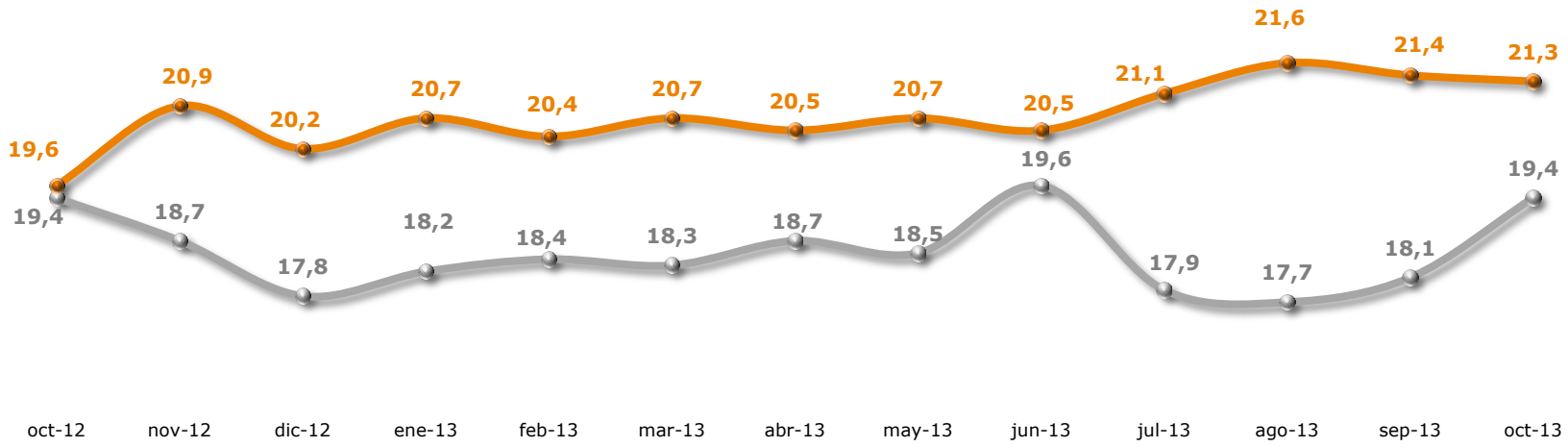
Atres Cobertura, 13 meses consecutivos por encima de M.T5

21M

19M

Audiencia diaria acumulada

Noviembre. 2013



Fuente: KANTAR MEDIA PyB | Noviembre 2013

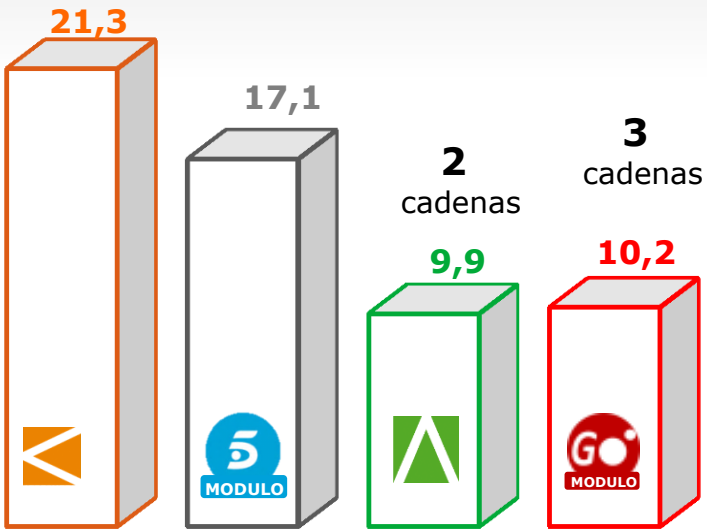
Total Día

Audiencia

¿Cómo es? Kantar. %Share

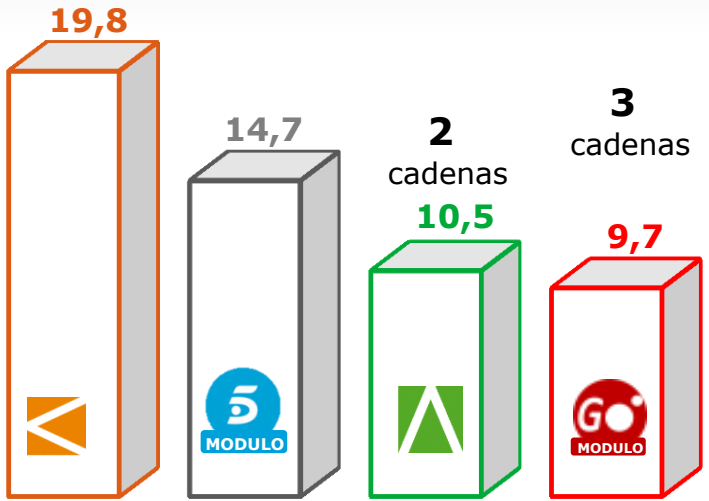
Ratifica el buen comportamiento en targets con poder adquisitivo

ACTIVOS



+4,2 puntos

UNIVERSITARIOS



+5,1 puntos

Fuente: KANTAR MEDIA PyB | Noviembre 2013. Adultos +16

Audiencia

%Share

Evolución positiva en nuestros canales temáticos

Nova, 2,1% de share en Adultos y 2,3% en Ama de Casa

La Sexta3, éxito audiencia con 1,6% de share adultos y 1,5% en Ama de Casa

Xplora, con un 1,6% de share en adultos y 1,3% en Ama de Casa

Nitro alcanza en adultos un 1,8% de share y un 2,3% en Ama de Casa

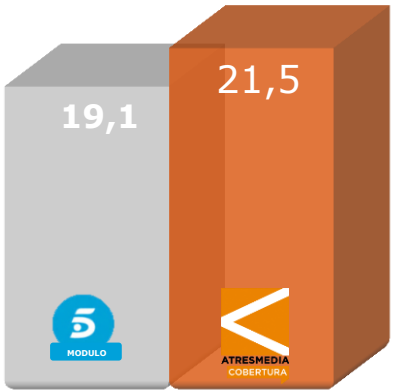
Fuente: KANTAR MEDIA PyB | Noviembre 2013

Producto Publicitario

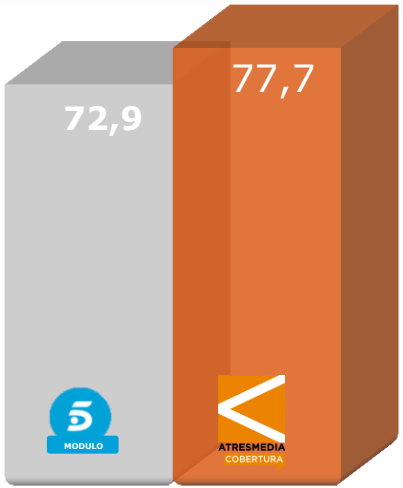
%Share y %Cob. Adultos

A nivel publicitario, el mejor y más completo producto

LIDER EN AUDIENCIA
+ 2,4 ptos



LIDER EN COBERTURA
+4,8 ptos



+1,7M

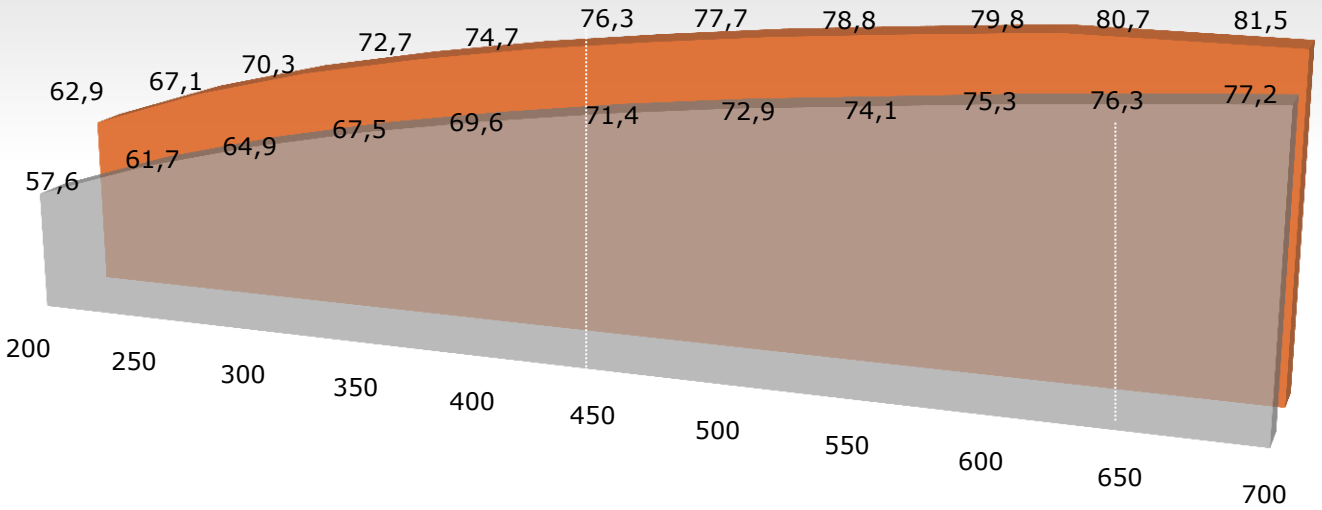
vs Módulo T5

Fuente: KANTAR MEDIA PyB | Noviembre 2013
Cobertura: 500 Grps. Noviembre 2013

Producto Publicitario

Guía de cobertura. Adultos

Para igualar cobertura, M.T5 tiene que lanzar más Grp's



Grp's **450** **650** Grp's

76,3% 76,3%

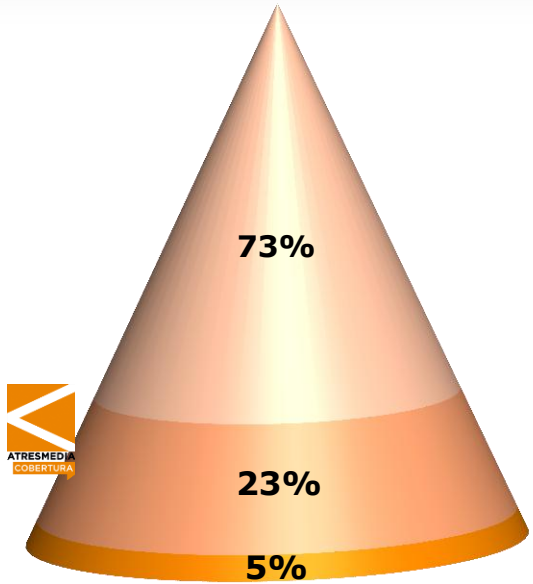
Fuente: KANTAR MEDIA PyB | Noviembre 2013

Producto Publicitario

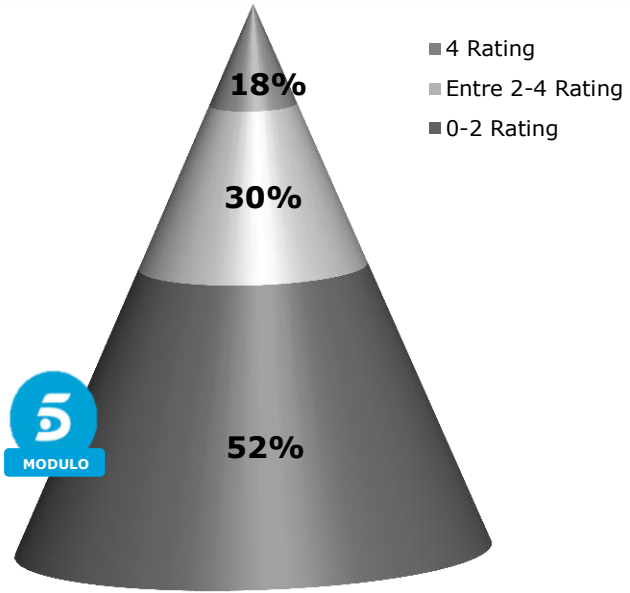
%Rating Tramos. Adultos

El 72% de las inserciones de Atres Cob. supera los 4 Rating vs 18% de Mód.T5

Rating medio
4,6% Total día
5,6% Franja Adultos



Rating medio
2% Total día
2,5% Franja Adultos

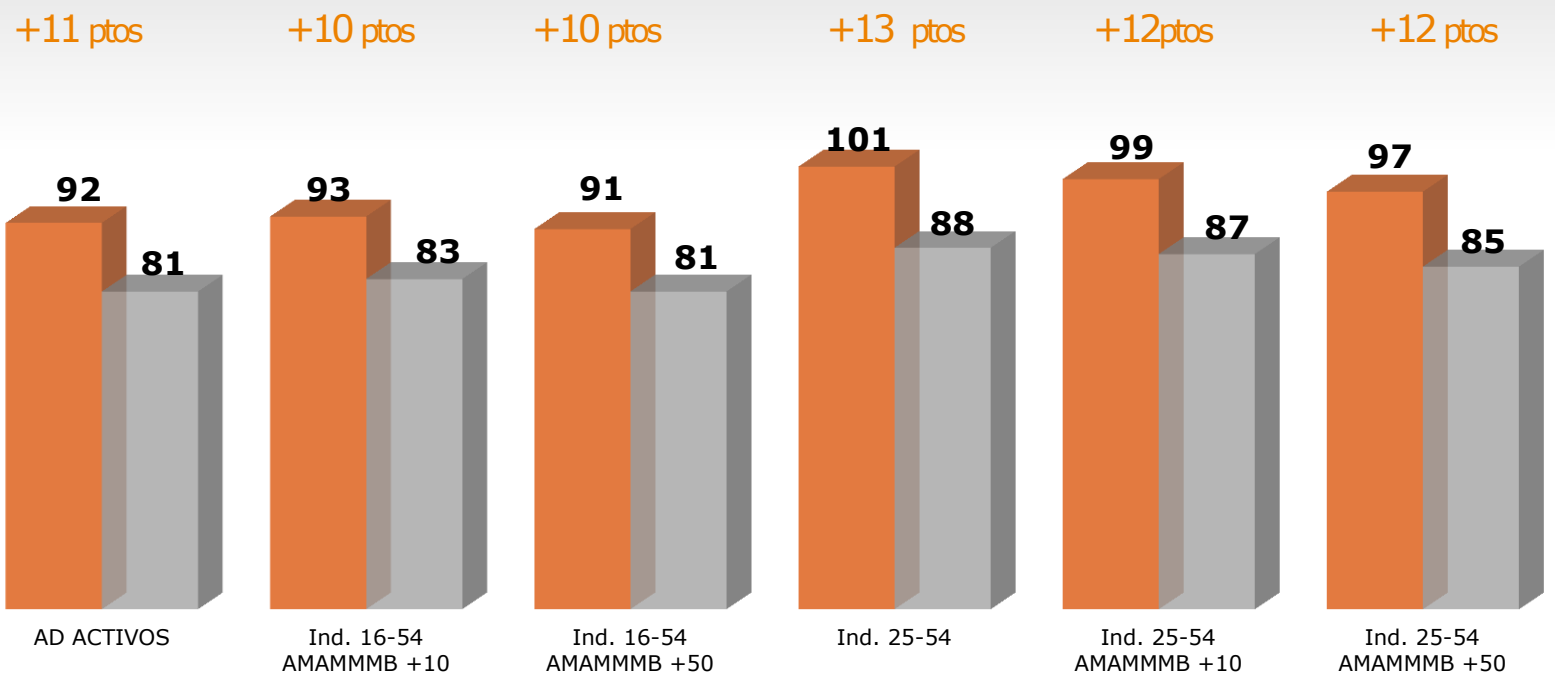


Fuente: KANTAR MEDIA PyB | Noviembre 2013
Franja de Planificación de adultos (LV 14:00-16.00/20.30-26:30 y FS 14.00-26:30)

Producto Publicitario

Conversiones vs. Adultos

Atres Cobertura, mayor afinidad en targets segmentados

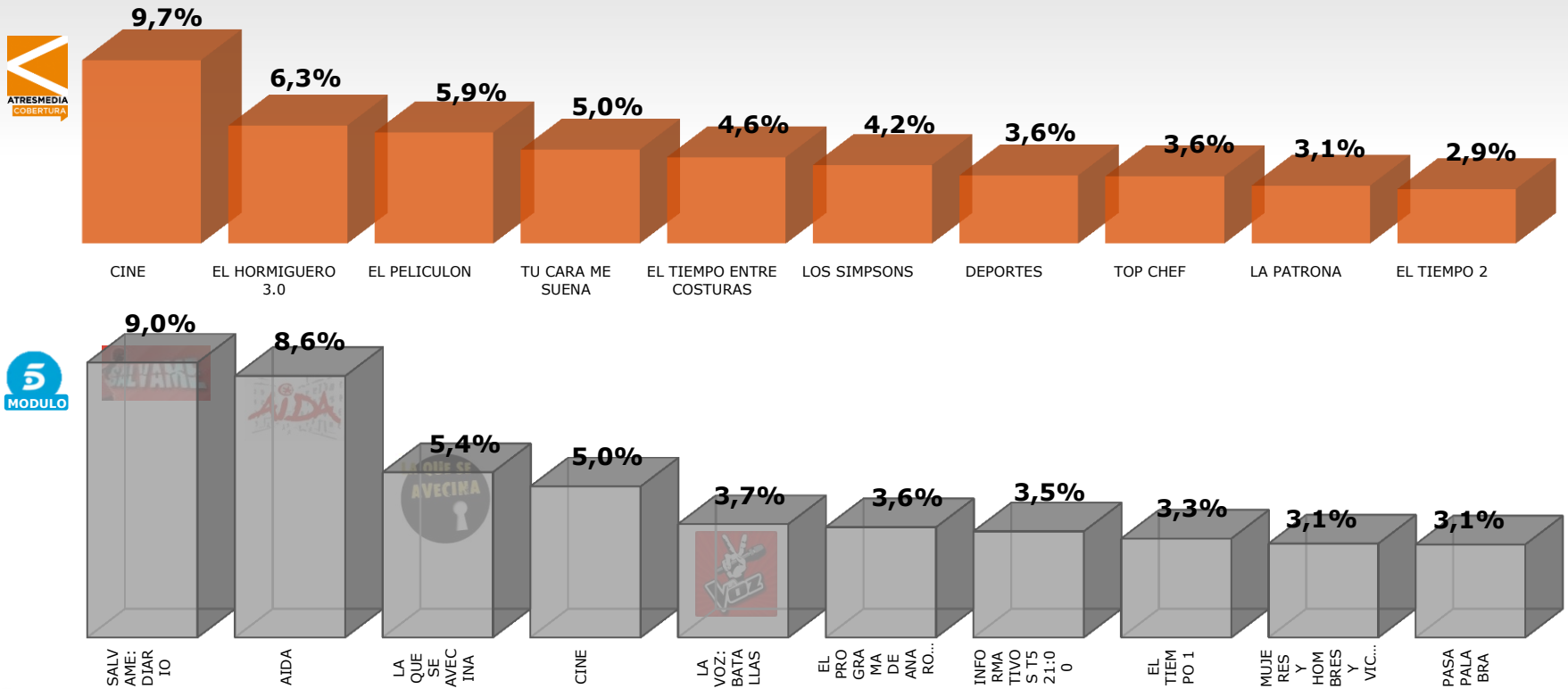


Fuente: KANTAR MEDIA PyB | Noviembre 2013
Franja de Planificación de adultos (LV 14:00-16.00/20.30-26:30 y FS 14.00-26:30)

Producto Publicitario

Concentración GRP's 20 por programa. Adultos

El 1er programa en compra de adultos: Sálvame (programa A.Casa)



Fuente: KANTAR MEDIA PyB | Noviembre 2013
Target asociado Adultos

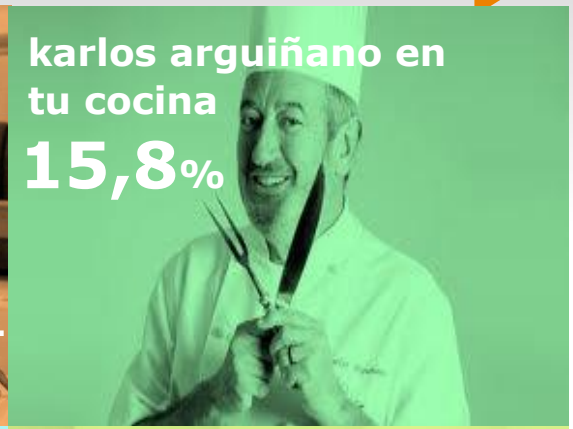
Programación

%Share. Adultos

Mantenemos la mañana con nuestros programas de éxito

mañana.









Fuente: KANTAR MEDIA PyB |Noviembre 2013

Programación

%Share. Adultos

Reforzamos nuestra tarde con el mejor producto

tarde.











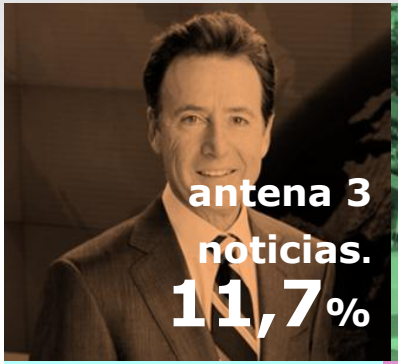
Fuente: KANTAR MEDIA PyB |Noviembre 2013

Programación

%Share. Adultos

Prime time variado y de calidad

prime time.

















Fuente: KANTAR MEDIA PyB |Noviembre 2013

Programación

Novedades

Y con grandes estrenos para este otoño

próximamente





ÍNDICE

- El mercado TV
- Atresmedia, líderes
- Atres Cobertura
- Atres Afinidad
- Novedades

LaSexta, líder

%Share. LaSexta vs Cuatro

LaSexta vuelve a superar a Cuatro

6,3% 7,6% prime time

LaSexta por encima de Cuatro por segundo mes consecutivo, **+0,5 ptos.**

Líder de la franja de mayor consumo: **Prime Time**

Sigue **creciendo mes a mes desde la fusión** y ya son 14 meses los que crece vs mismo periodo del año anterior.

5,8%

5,3% prime time

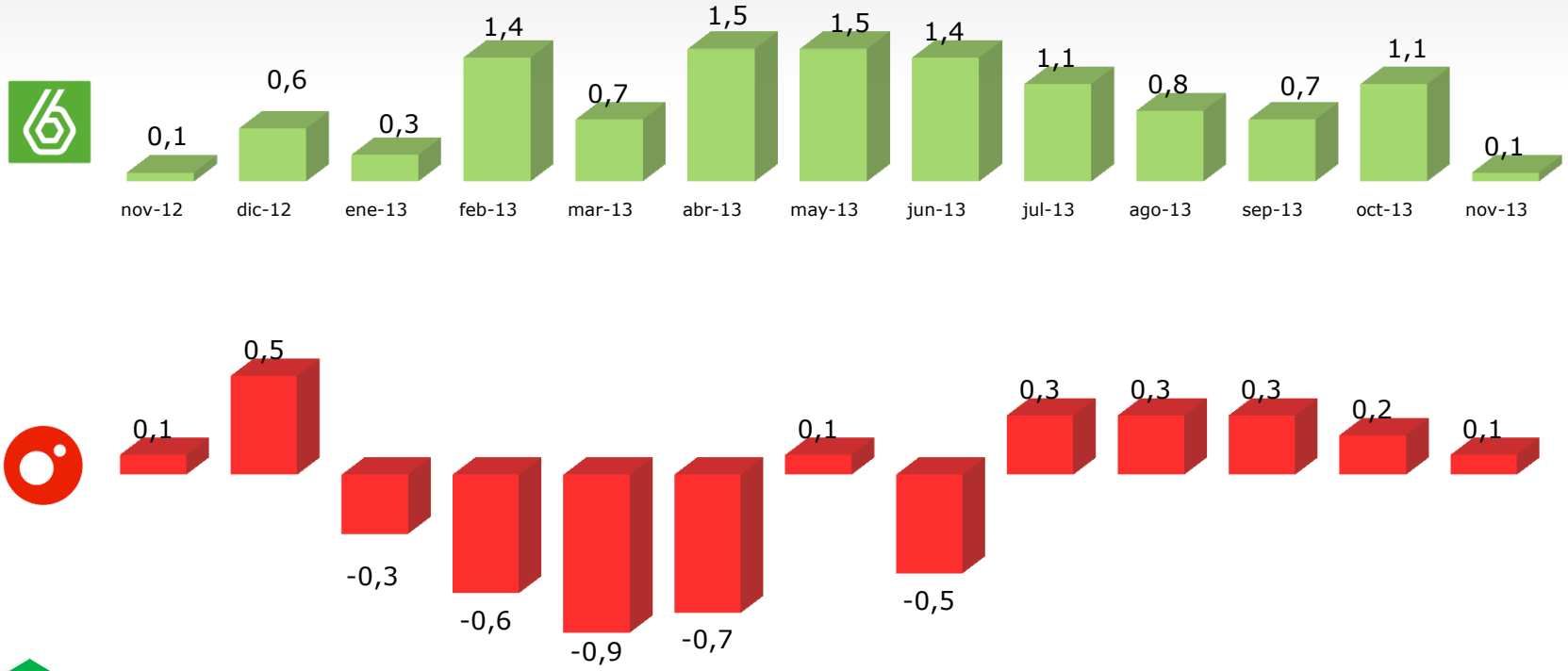
Fuente: KANTAR MEDIA España | Noviembre 2013. Ind 4+

Audiencia

%Share. Ind. 16-54 AMAMMMB +10. Total día

Desde noviembre, laSexta sube consecutivamente todos los meses

Puntos versus mismo periodo año anterior



Fuente: KANTAR MEDIA España | Noviembre 2012 - Noviembre 2013
Total día

Audiencia

%Share. Ind. 16-54 AMAMMMB +10. Total día

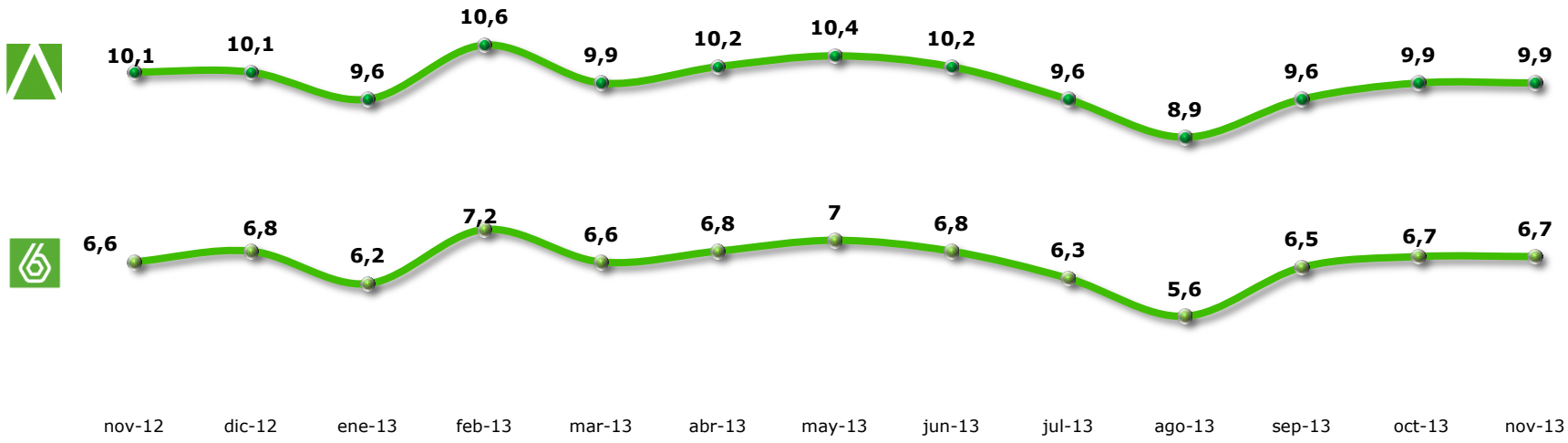
Buen comportamiento de audiencia desde la fusión

Audiencia diaria acumulada (Noviembre 2013)

Atres Afin. 7,7M

laSexta 6,1M

%Share



Fuente: KANTAR MEDIA España | Noviembre 2012 - Noviembre 2013

Audiencia

%Share. Ind. 16-54 AMAMMMB +10. Prime Time

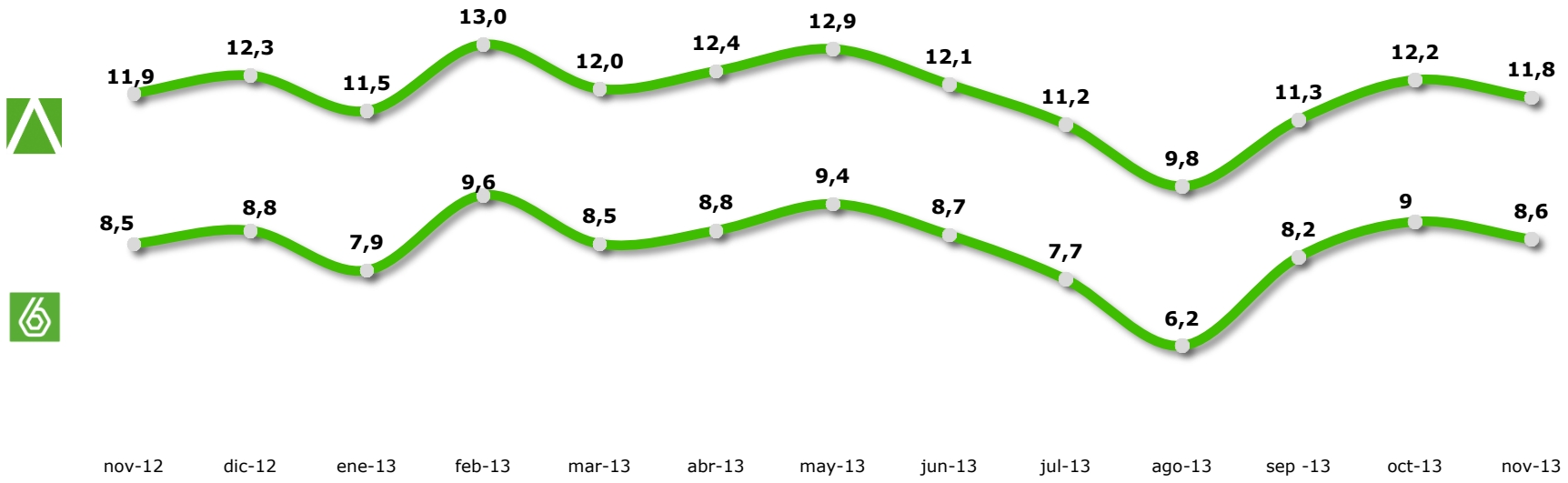
Excelentes datos de audiencia en PT en el inicio de temporada

Audiencia diaria acumulada (Noviembre 2013)

Atres Afin. 5,1M

laSexta 4M

%Share

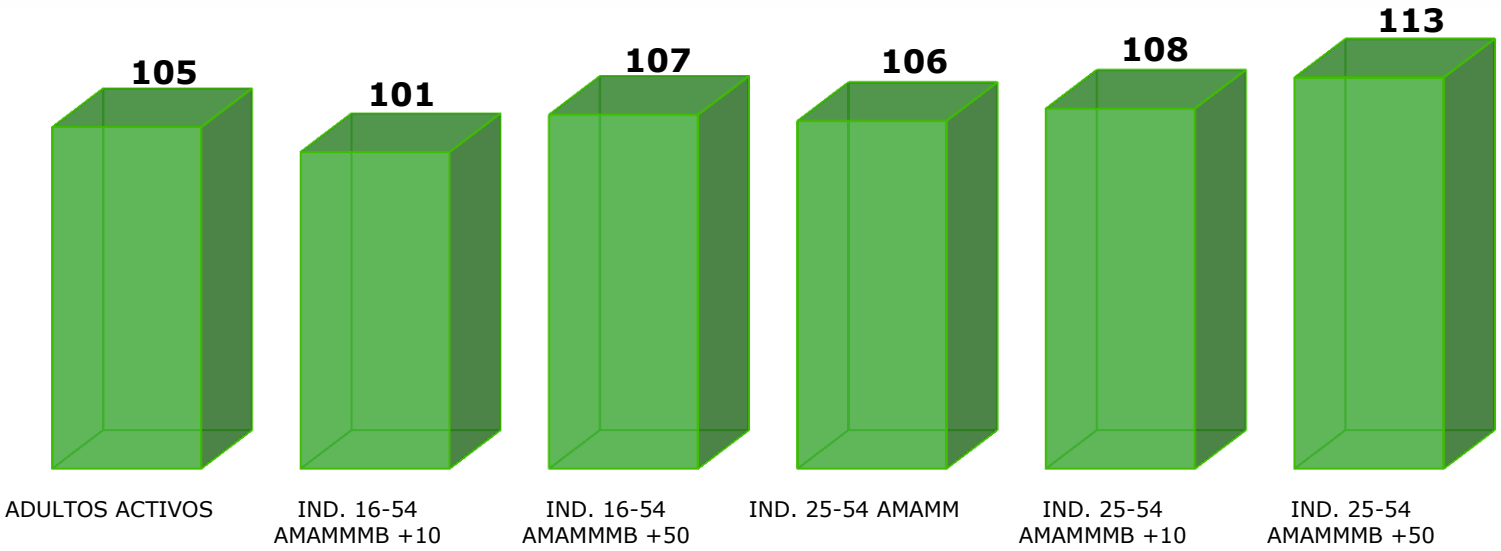


Fuente: KANTAR MEDIA España | Noviembre 2012 - Noviembre 2013

Producto Publicitario

Conversiones vs. Adultos

Atres Afinidad, buenas afinidades en los principales targets



Fuente: KANTAR MEDIA España | Noviembre 2013
Franja de Planificación de adultos (LV 14:00-16.00/20.30-26:30 y FS 14.00-26:30)

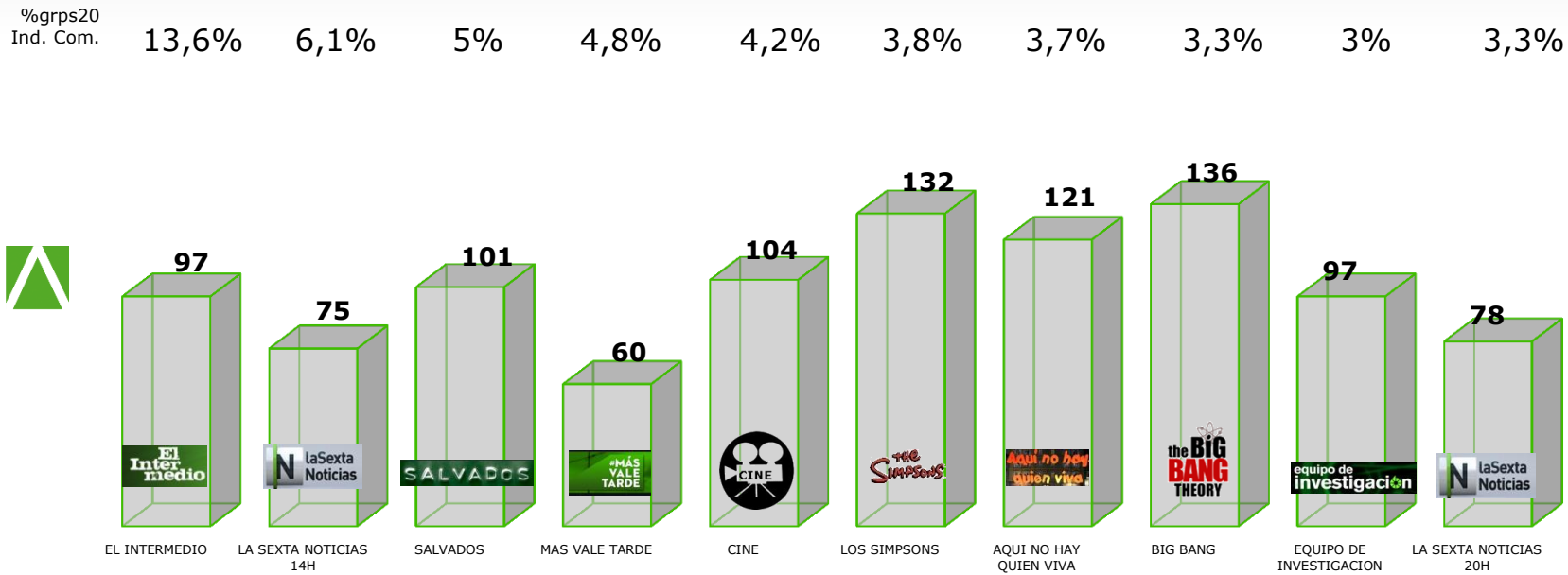
Producto Publicitario

Concentración GRP's 20 por afinidad. Ind. 16-54 AMAMMMB+10

Atres Afinidad cuenta con una planificación afín al target comercial

Ofreciendo una mayor afinidad

Conversión Ind. 16-54 AMAMMMB +10 vs Adultos



Fuente: KANTAR MEDIA España |Noviembre 2013. Total Día
Target asociado: adultos

Programación

%Share. Ind. 16-54 AMAMMMB+10

Buenos resultados en programas de género informativo

actualidad e información.















Programación

%Share. Ind. 16-54 AMAMMMB+10

Una tarde cargada de humor y con análisis e información plural

sobremesa.





Programación

%Share. Ind. 16-54 AMAMMMB+10

Entretenimiento y humor en el prime time

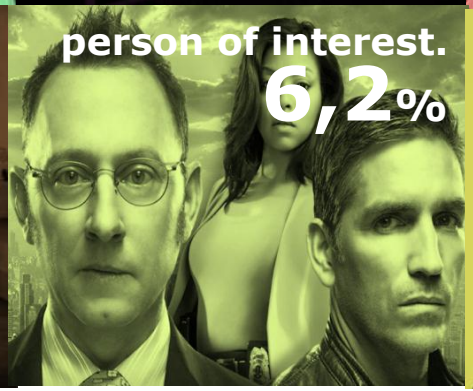
prime time.













late.

Programación

%Share. Ind. 16-54 AMAMMMB+10

Llega la Liga de segunda división más competitiva

liga española 2D



Programación
Nuevas temporadas

Nuevas temporadas y estrenos durante el cuarto trimestre

próximamente





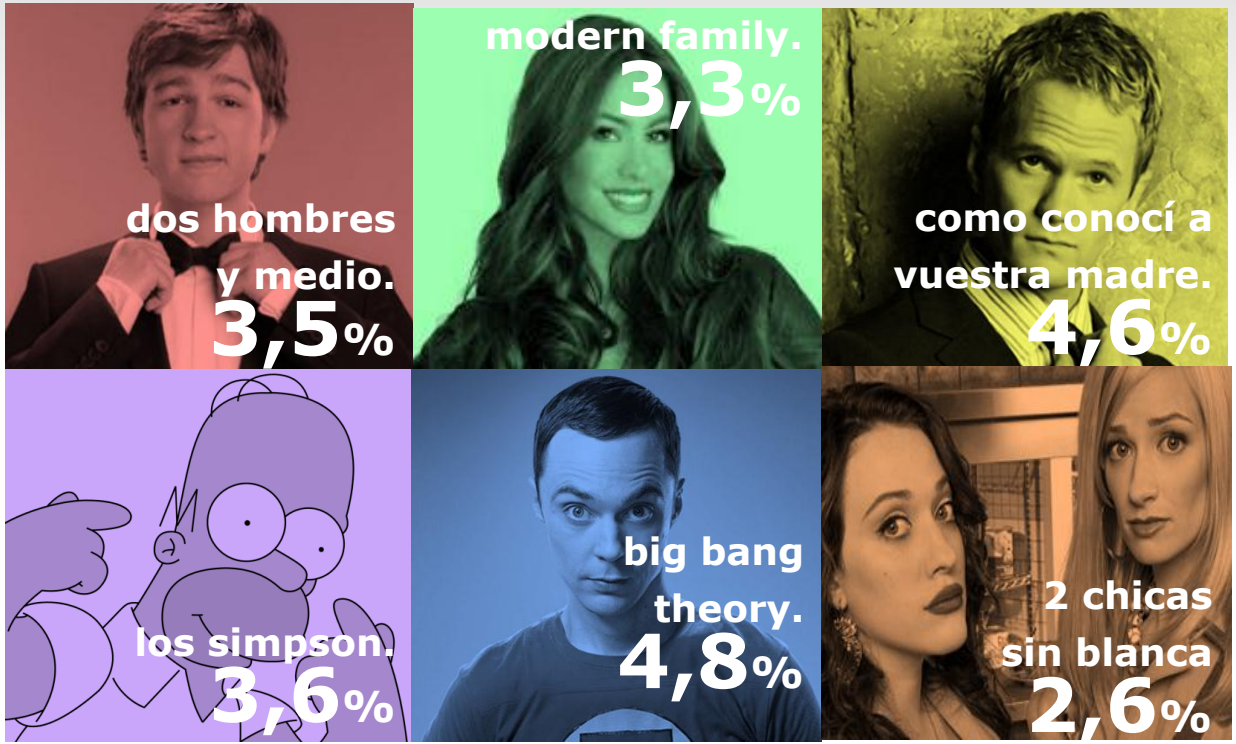


Programación

%Share. 16-54 AMAMMMB+10

Neox comparte los buenos datos de La Sexta

Humor y ficción



ÍNDICE

- El mercado TV
- Atresmedia, líderes
- Atres Cobertura
- Atres Afinidad
- Novedades

Novedades

#navidadesnova

NOVA celebra la Navidad con una programación especial llena de estrenos

Todas las noches de Lunes a Jueves en Prime Time (del 2 al 31 de diciembre)

Patrocinio PT en Nova +Spot

Advances Cobertura

CARTA DE NAVIDAD
UN BESO INOLVIDABLE
SE ACABÓ LA NAVIDAD
LA PRINCESA DE CASTLEBURY HALL
UNA BODA POR NAVIDAD
UNA ESPOSA PARA PAPÁ
A UN PASO DE LA FELICIDAD
TORNEO DE NAVIDAD
LA FUERZA DE UNA PROMESA
COMPROMISO EN VACACIONES
LOVE AT THE CHRISTMAS TABLE
...



CLICK PARA VER PRODUCTO
CLICK PARA VER VÍDEO

Novedades

Feliz Año NEOX

Las Pre-Uvas se han convertido en una cita ineludible estas navidades

La pareja de moda de la temporada será la encargada de dar las preuvas en el plató

El anunciante tendrá una alta cobertura y presencia durante la campaña en los distintos medios



1 **CONCURSOS AD HOC (ejemplo) (*)**
LO HICE PORQUE SI

2 **AVANCES DE PROGRAMA**
AVANCES EN COBERTURA Y AFINIDAD

3 **DIA DE LA GALA**
PATROCINIO
MENCIONES
PRODUCT PLACEMENT
ONLINE

CLICK PARA VER PRODUCTO

Novedades
Formatos SSEE

Últimos formatos especiales emitidos en Atresmedia



Avance convencional



Telepromo Tiempo



Telepromo guinizada



Telepromo en VC



Fusionador



PP Top Chef + Avance

ATRESMEDIA PUBLICIDAD



www.atresmediapublicidad.com

91 623 47 69

@atresmediapubli

Atresmediapublicidad