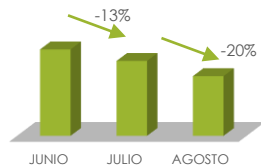


Resumen competitivo Flash

campañas julio y agosto

El pasado verano pudimos ver como también las campañas se iban de vacaciones, bajando la actividad habitual en las ciudades competitive en +/-17% de media y desplazándose a las zonas de costa fundamentalmente.



En el mes de julio los diferentes eventos deportivos impulsaron las campañas de productos asociados a ellos, y marcas como Nike o Adidas pasaron a formar parte del TOP10 de anunciantes de ese mes.



La bajada en el mes de agosto fue mucho más acusada, cayendo un 20% las campañas. Aun así, el volumen de campañas fue superior al mismo periodo de 2023: **555 vs. 519**

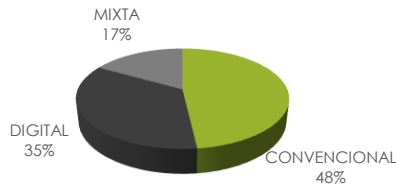
La normalidad vuelve en septiembre con la vuelta al cole. El volumen de campañas crece, aunque no llega a los niveles de junio, y la participación de Madrid y Barcelona se recupera.



65%
cuota Md-Bcn

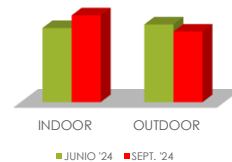
emisión

En septiembre, la cuota digital asciende 3 puntos respecto a Junio, alcanzando el 52%. Las campañas puramente digitales son las que más crecen.



campañas septiembre anunciantes

Dentro del TOP10 se incorporan como nuevos anunciantes tras el verano



En septiembre, crecen las campañas indoor por la mayor presencia en transporte y centros comerciales.