



IAB Spain presenta la entrega del mes de febrero del Observatorio de la publicidad digital, elaborado en colaboración con adjinn.



OBSERVATORIO DE LA PUBLICIDAD DIGITAL

FEBRERO 2021

Total campañas activas: 81.000

SECTORES	 spend	 marcas	 campañas
	Automocion	9,6 %	463
Distribucion	9,1 %	1.138	8.967
Ocio y Entretenimiento	6,8 %	317	960
Instituciones	5,1 %	254	555
Telecomunicaciones	4,9 %	52	300
Moda/ Ropa	4,8 %	493	5.690
Finanzas	4,6 %	211	749
Alimentacion	3,8 %	364	788
Electronica De Consumo	3,6 %	184	1.059
Editorial	3,6 %	253	9.975

FORMATOS



SHARE OF VOICE

Display 77,52 % | Video 22,03 % | Native 0,45 %

PLACEMENT



SECTORES

scroll	1er	2º	3er
Automocion	75,5 %	15,3 %	9,2 %
Distribucion	72,8 %	18,7 %	8,5 %
Ocio y Entretenimiento	89,5 %	6,4 %	4,1 %
Instituciones	68,7 %	21,7 %	9,6 %
Telecomunicaciones	72,3 %	19,3 %	8,4 %
Moda/ Ropa	84,7 %	9,4 %	5,9 %
Finanzas	67,9 %	16,5 %	15,6 %
Alimentacion	94,3 %	2,4 %	3,3 %
Electronica De Consumo	78,7 %	10,5 %	10,8 %
Editorial	84,1 %	10,9 %	5,0 %

CAMPAÑAS
PROGRAMÁTICASDISPOSITIVOS
utilizados por cada campaña

Programática	58,5%	Todos los dispositivos	29%
Directa	41,5%	100% Ordenador	44%
		100% Móviles	27%

CONTEXTO GLOBAL

Automocion

ciclismo	deportes	motos	futbol
españa	economia	internacional	pandemia
mundo	cine	formula1	opinion

Si no visualizas correctamente este correo, por favor [pincha aquí](#)