

Estudio de la Inversión en Retail Media en España

PATROCINAN

dentsu

HAVAS Market
e-commerce from Havas

REETMG
RETAIL MEDIA OPTIMIZATION

Tangity
part of NTT DATA

 **Webloyalty**

utiq



Utiq ofrece un sistema de consentimiento auténtico que respeta la privacidad del usuario en el entorno digital. Facilita el marketing digital responsable, asegurando que solo se utilicen datos con permiso explícito. Conecta a usuarios, marcas y editores de forma transparente y ética en el ecosistema publicitario



Havas Maerket es la unidad de expertos de Havas Media Group orientada a objetivos de negocios. Generamos negocio incremental para nuestros clientes integrando todos los puntos de contacto en una única experiencia de consumidord



Una plataforma líder en retail media que conecta marcas y retailers en un ecosistema publicitario innovador y altamente efectivo. Diseñada para maximizar la rentabilidad de las estrategias de retail media, en Reetmo ofrecemos soluciones completas tanto para marcas como para retailers.



Somos una red internacional de estudios de estrategia, creatividad y diseño que forma parte de NTT DATA, un innovador global de confianza en consultoría de TI y negocios. Impulsamos el cambio mediante soluciones tangibles e intuitivas.



Desarrollamos programas personalizados para monetizar la audiencia de los eCommerce. Conseguimos una experiencia de compra más rentable para tiendas online y clientes. Nuestra experiencia en marketing nos permite crear nuevas interacciones con tus clientes, para fidelizarlos y estimular la recompra.



Somos dentsu internacional. Colaboramos con las marcas para crecer y progresar mediante nuestros equipos pioneros, emprendedores y optimistas que se unen en torno a las necesidades de nuestros clientes, desbloqueando posibilidades únicas de cambio sostenible y valor duradero.



El Mercado de **Retail** **Media** en España **2024**

Isabel Jiménez

Retail Media Senior Advisor

PATROCINAN

dentsu

HAVAS Market
e-commerce from Havas

REETMG
RETAIL MEDIA OPTIMIZATION

Tangity
part of NTT DATA

 **Webloyalty**

utiq

El Mercado de **Retail Media** en España **2024**

Análisis integral del ecosistema publicitario del retail español



Elaborado y presentado por: **Isabel Jiménez**



Definición del Retail Media

Definido por la IAB como el “espacio publicitario digital, los activos de datos y las oportunidades en tienda que posee un minorista o marketplace, y que pone a disposición de las marcas para la ejecución de campañas publicitarias”.



Scope

Este ámbito abarca varias capas a cubrir y desgranar:

- **On-site (online):** Sitios web, e-commerce, Apps
- **Off-site:** Datos del retailer para segmentar audiencias y activarlas en el open web, RRSS y CTV
- **In-Store:** Espacios publicitarios en tienda digitales y analógicos.



Fuentes: IAB Spain, Libro Blanco de Retail Media, 2023.



Objetivo Principal

Abarcar todos los canales considerados en la definición de la IAB Spain para obtener una visión holística de la inversión en Retail Media en España.

Para obtener el total de la inversión desde el lado del **anunciante (buy-side)**, se han usado los datos de los **retailers (sell-side)** para minimizar duplicación, triangulados con los del resto de agentes del mercado.



PATROCINAN

dentsu

HAVAS Market
e-commerce from Havas

REETMG
RETAIL MEDIA OPTIMIZATION

Tangity
part of NTT DATA

Webloyalty

utiq

Enfoque Dual



Top-Down - Validación

Parte de la base de la inversión en publicidad digital, aplicando benchmarks internacionales adaptados al mercado español. Análisis de ratios europeos y estimaciones sectoriales.



Bottom-Up - Declarativo e Informado

Análisis individual de 31 retailers por vertical:

- Inversión recibida declarada por los retailers con ajustes por intermediación
- Estados financieros y estimaciones por canal.

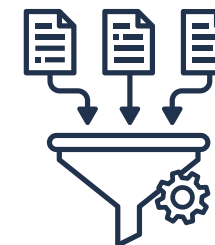
Nuevas bases de partida para este estudio



Basado en Declaraciones individuales de RETAILERS y estimaciones informadas capturadas y tratadas con máxima confidencialidad - **No Ad Crawling**



Inclusión de TODOS los canales principales cuantificados bajo Retail Media, incluyendo SP y banners no estandarizados - **No solo el canal digital**



Triangulación con inversión declarativa de AGENCIAS y MARCAS - **Ayuda a identificar publicidad vs Trade**

PATROCINAN

dentsu

HAVAS Market
e-commerce from Havas

REETMG
RETAIL MEDIA OPTIMIZATION

Tangity
part of NTT DATA

 **Webloyalty**

utiQ



Cobertura del Mercado

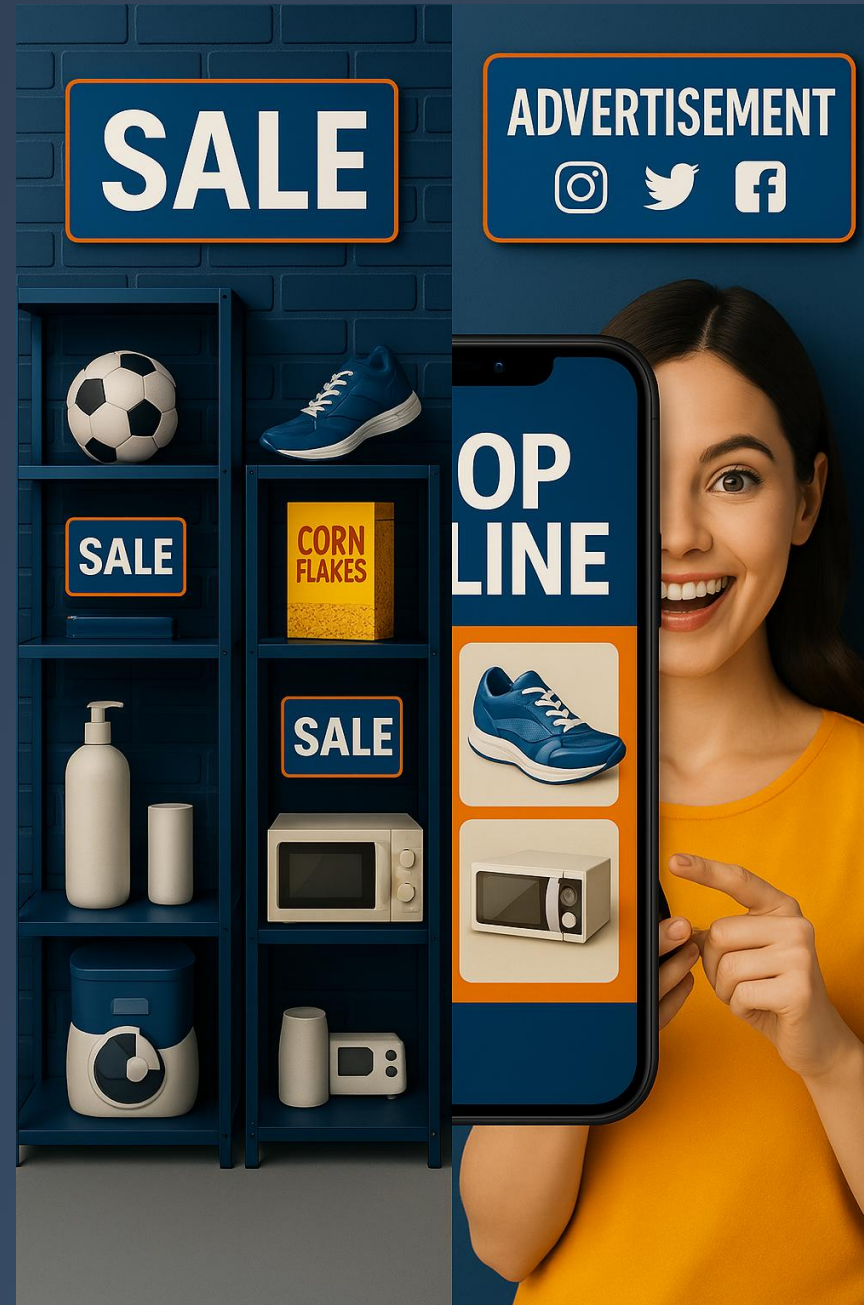
Total Mercado Minorista (INE):

~321.000 M€

Verticales cubiertas:

~258.000 M€

~80%



Verticales cubiertas

31 retailers de mayor relevancia en Retail media para sus verticales



Alimentación



Electrónica



Deportes



Belleza



Hogar



Pure Online Players
(multi Vertical)



Fuentes y cálculos:

• [INE, Estadística Sector Comercio 2023 e índice ICM abril 2025](#) | [NIQ: Retail Spend Barometer 2024](#) | [radiografía sector 2024: Stanpa](#) | [Tradebike – Retail deportivo 2023](#)

PATROCINAN

dentsu

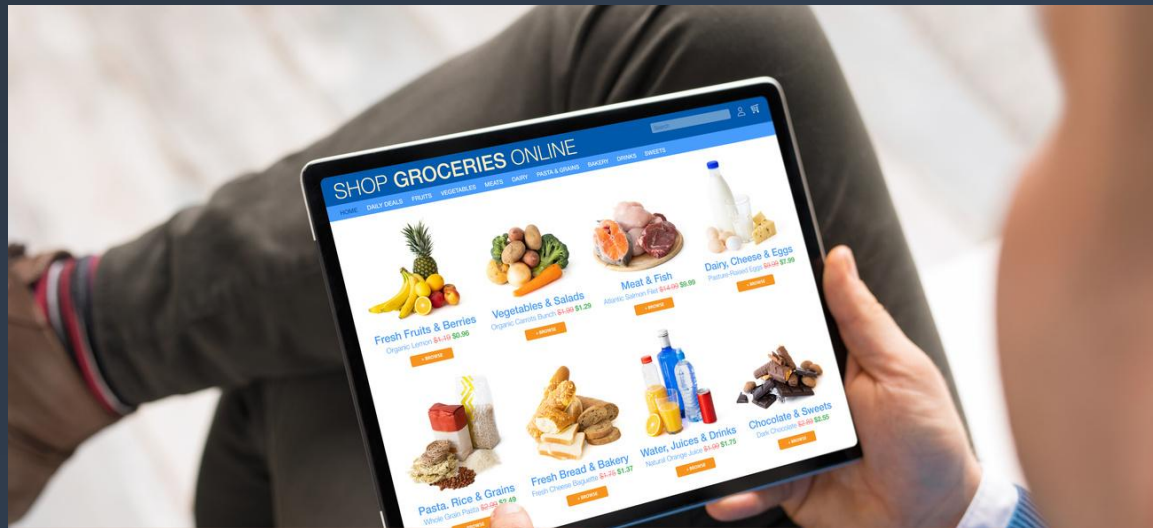
HAVAS Market
e-commerce from Havas

REETMG
RETAIL MEDIA OPTIMIZATION

Tangity
part of NTT DATA

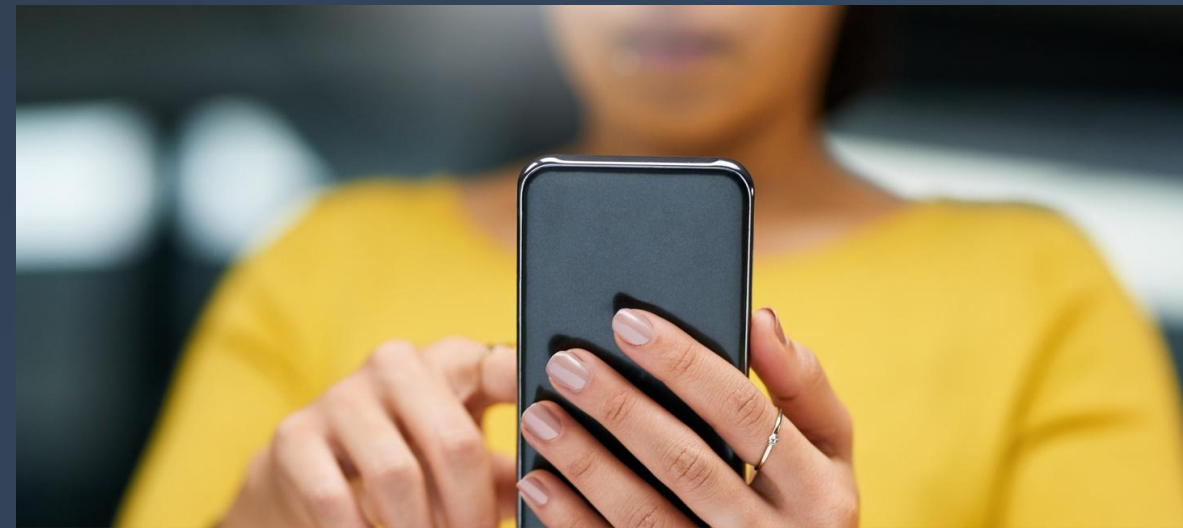
Webloyalty

utiq



Onsite

- Publicidad ene-commerce y apps del retailer
- Sponsored Products y display
- Control total del inventario
- Medición directa de conversión



Offsite

- Audiencias del retailer en open web
- Redes sociales y plataformas externas
- Targeting avanzado con datos first-party
- Extensión del alcance



Instore

- PLV tradicional con inversión publicitaria de marca
- Pantallas digitales
- Punto de decisión de compra
- Impacto directo en ventas

PATROCINAN

dentsu

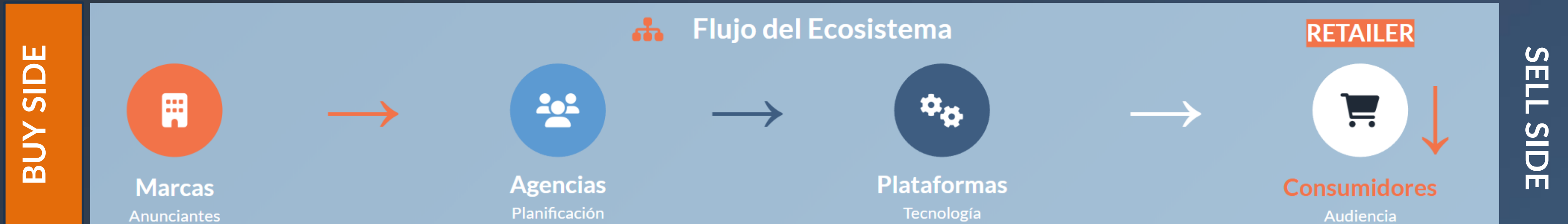
HAVAS Market
e-commerce from Havas

REETMG
RETAIL MEDIA OPTIMIZATION

Tangity
part of NTT DATA

Webloyalty

utiq



Agencias

Especializadas

Enfoque 100% retail media

- Estrategia y planificación
- Gestión de campañas
- Optimización cross-retailer
- Reporting unificado

Plataformas Tech

Tecnológicas

Infraestructura y herramientas

- DSPs especializadas
- Ad Servers
- Plataformas de medición
- Attribution solutions

Operadores

Especializados

Gestión operativa

- Trading desks
- Consultoras retail
- Servicios de producción e implementación
- Soporte técnico

PATROCINAN

dentsu

HAVAS Market
e-commerce from Havas

REETMG
RETAIL MEDIA OPTIMIZATION

Tangity
part of NTT DATA

Webloyalty

utiQ

Desafíos estructurales del retail media español

Fragmentación

- Múltiples plataformas sin integración
- Datos dispersos entre canales
- Falta de estándares comunes

Medición y Atribución

- Modelos de atribuciónn complejos
- ROI difícil de calcular cross-channel
- Métricas no estandarizadas

Madurez del Mercado

- Adopción desigual por verticales
- Capacidades técnicas limitadas
- Resistencia al cambio organizacional

Transparencia

- Datos confidenciales de retailers
- Reporting inconsistente
- Falta de benchmarks públicos



Oportunidad de mejora:

La estandarización y transparencia del mercado español permitirá un crecimiento más sostenible y medible

PATROCINAN

dentsu

HAVAS Market
e-commerce from Havas

REETMG
RETAIL MEDIA OPTIMIZATION

Tangity
part of NTT DATA

 **Webloyalty**

utiQ

El reto de la medición y contabilización

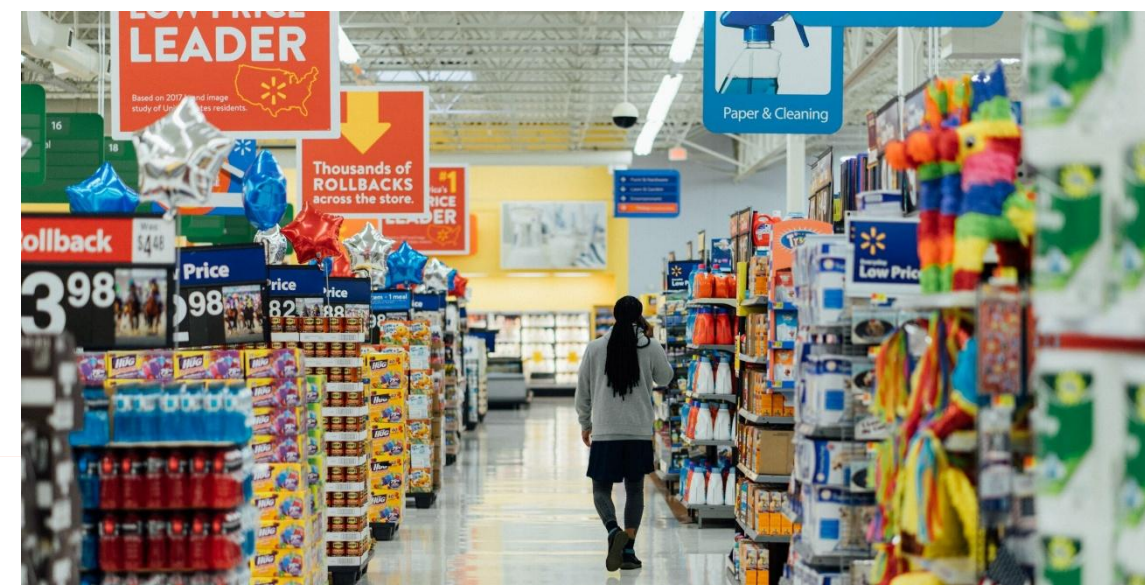
Falta de Transparencia

Trade Spend vs Retail Media

La inversión instore se contabiliza mayoritariamente como trade spend, dificultando la separación de la inversión en retail media

- Falta de estándares de medición unificados
- Reporting fragmentado entre departamentos

Soluciones Emergentes



- Plataformas unificadas de medición
- Attribution models avanzados
- Estándares IAB Spain en desarrollo



Desafío crítico:

La falta de transparencia en instore limita la optimización y comparabilidad con otros canales de retail media y del RM con otros medios

PATROCINAN

dentsu

HAVAS Market
e-commerce from Havas

REETMG
RETAIL MEDIA OPTIMIZATION

Tangity
part of NTT DATA

 **Webloyalty**

utiQ

Insight clave: España presenta una distribución única con 13,1% en instore, significativamente superior al 8% promedio europeo*

Métricas Clave 2024

872.8 M€

Mercado Total
+17,6% crecimiento anual

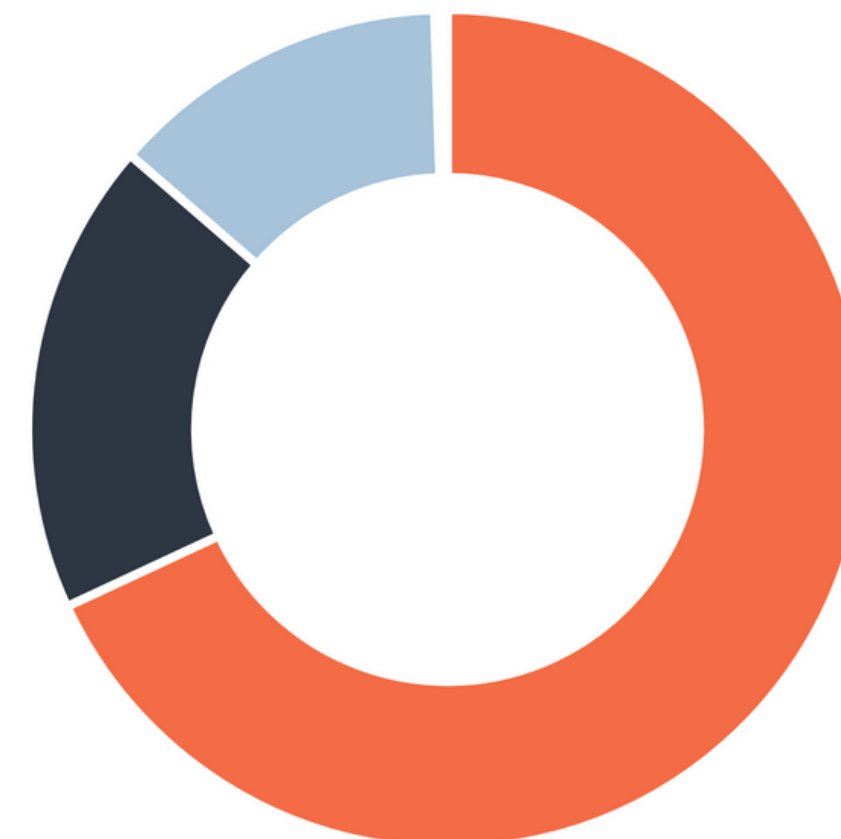


657,0 M€
Pure Online Players
75.3% del mercado



215.8 M€
Retailers Tradicionales
24.7% del mercado

Distribución por Canales



68,7%
Onsite

18,2%
Offsite

13,1%
Instore

Fuentes y cálculos: • Resultados Estudio de Inversión Retail Media en España 2024, The New Retail News, Jun 2025 | [Oliver Wyman – The Power of Retail Media in Modern Advertising Growth \(diciembre 2024\)](#)

PATROCINAN

dentsu

HAVAS Market
e-commerce from Havas

REETMG
RETAIL MEDIA OPTIMIZATION

Tangity
part of NTT DATA

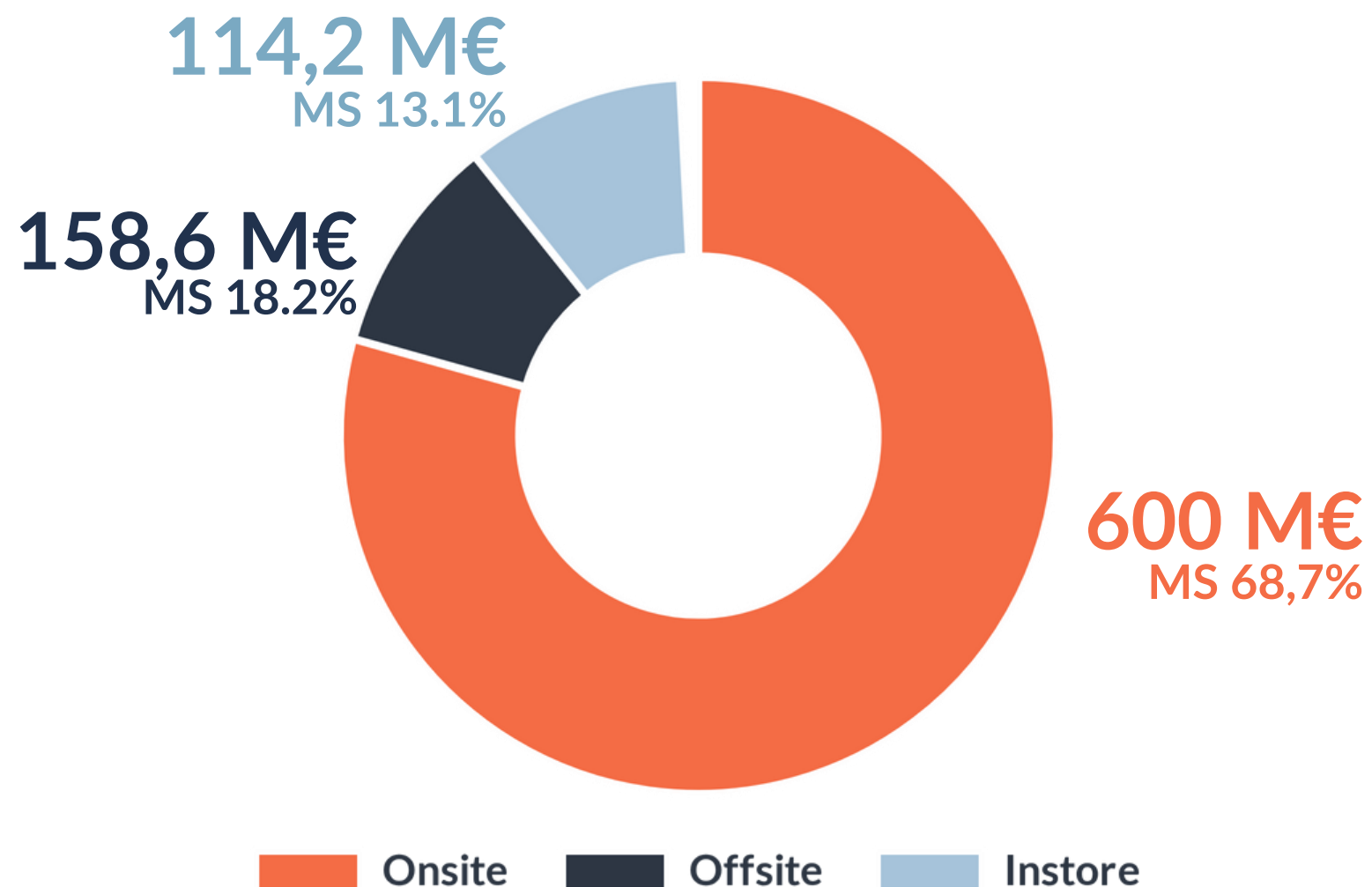
Webloyalty

utiq

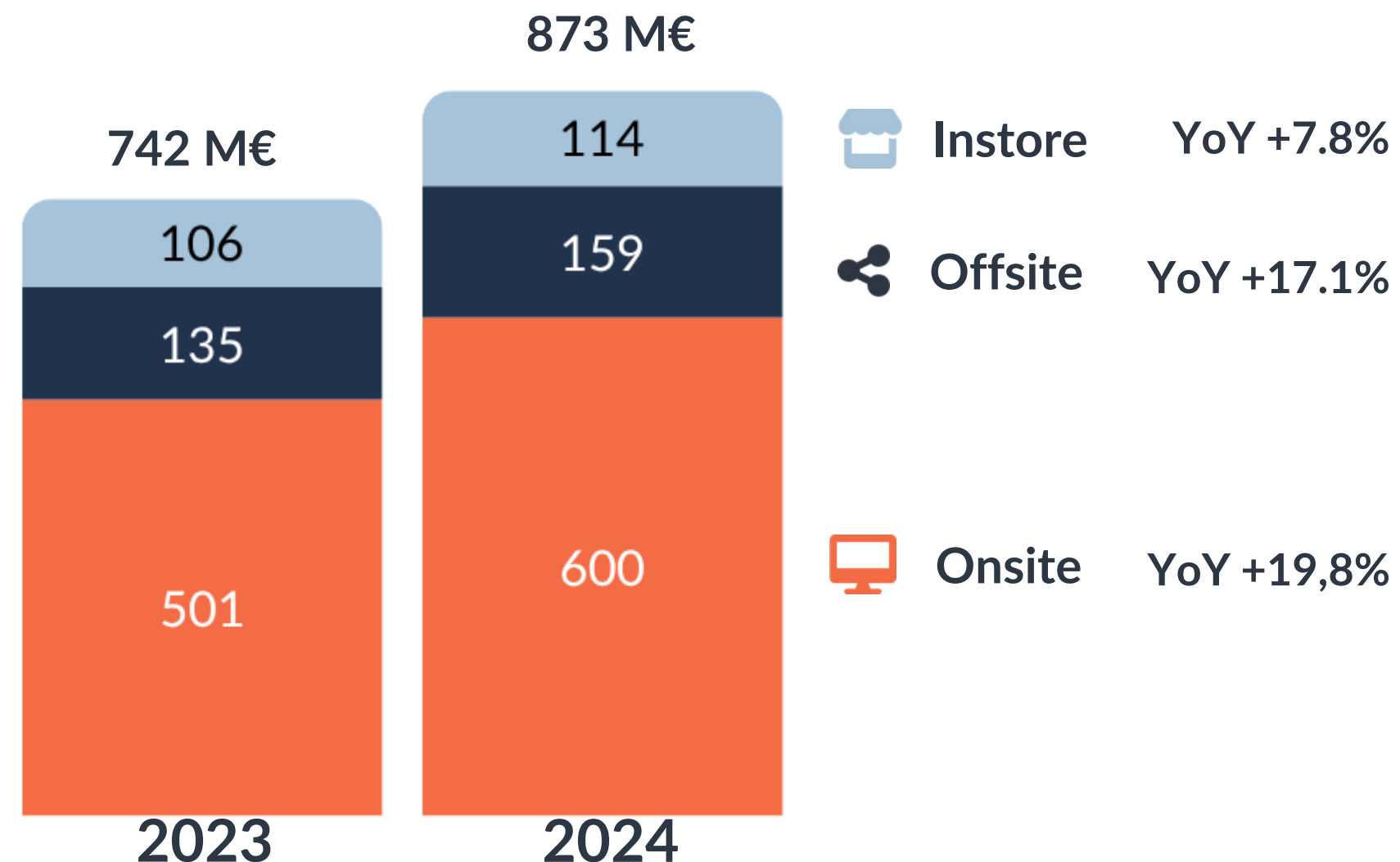
Mercado total (872.8M€) incluyendo Pure Online Players y Retailers tradicionales



Distribución 2024



Evolución aproximada de 2023-2024



Fuentes y cálculos:

• Resultados Estudio de Inversión Retail Media en España 2024, The New Retail News, Jun 2025.

PATROCINAN

dentsu

HAVAS Market
e-commerce from Havas

REETMG
RETAIL MEDIA OPTIMIZATION

Tangity
part of NTT DATA

Webloyalty

utiq



Insight clave:

Potencial de Crecimiento

España muestra una penetración inferior a mercados maduros,
indicando alto potencial de desarrollo



Contexto Retail España

Ventas retail total:

~258.000 M€

Estimación mercado retail español 2024 para los verticals analizados

Retail media vs retail:

0,34%

Penetración del retail media

Publicidad digital total:

5.584 + 600 = 6.184M€

Retail media representa 12.3% del total



Fuentes y cálculos:

• Resultados Estudio de Inversión Retail Media en España 2024, The New Retail News, Jun 2025

PATROCINAN

dentsu

HAVAS Market
e-commerce from Havas

REETMG
RETAIL MEDIA OPTIMIZATION

Tangity
part of NTT DATA

Webloyalty

utiq

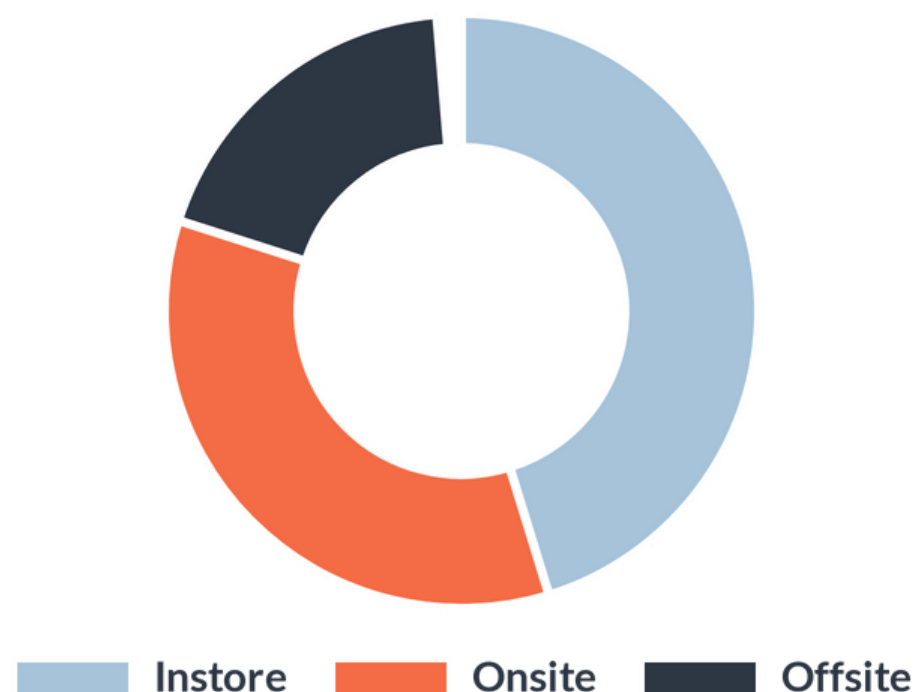
Distribución excluyendo Pure Online Players



Retailers Tradicionales

215.8 M€

Total mercado tradicional



Onsite

Publicidad en sitios web y apps del retailer tradicional

74.4 M€

MS 34,5%
YoY + 34.4%



Offsite

Audiencias del retailer tradicional en open web y redes sociales

27.2 M€

MS 12,6%
YoY +13.2%



Instore

PLV y pantallas digitales en punto de venta físico

114.2 M€

MS 53,3%
YoY +7,8%



Insight clave:

El canal instore representa más de la mitad del retail media en retailers tradicionales, una característica única del mercado español

PATROCINAN

dentsu

HAVAS Market
e-commerce from Havas

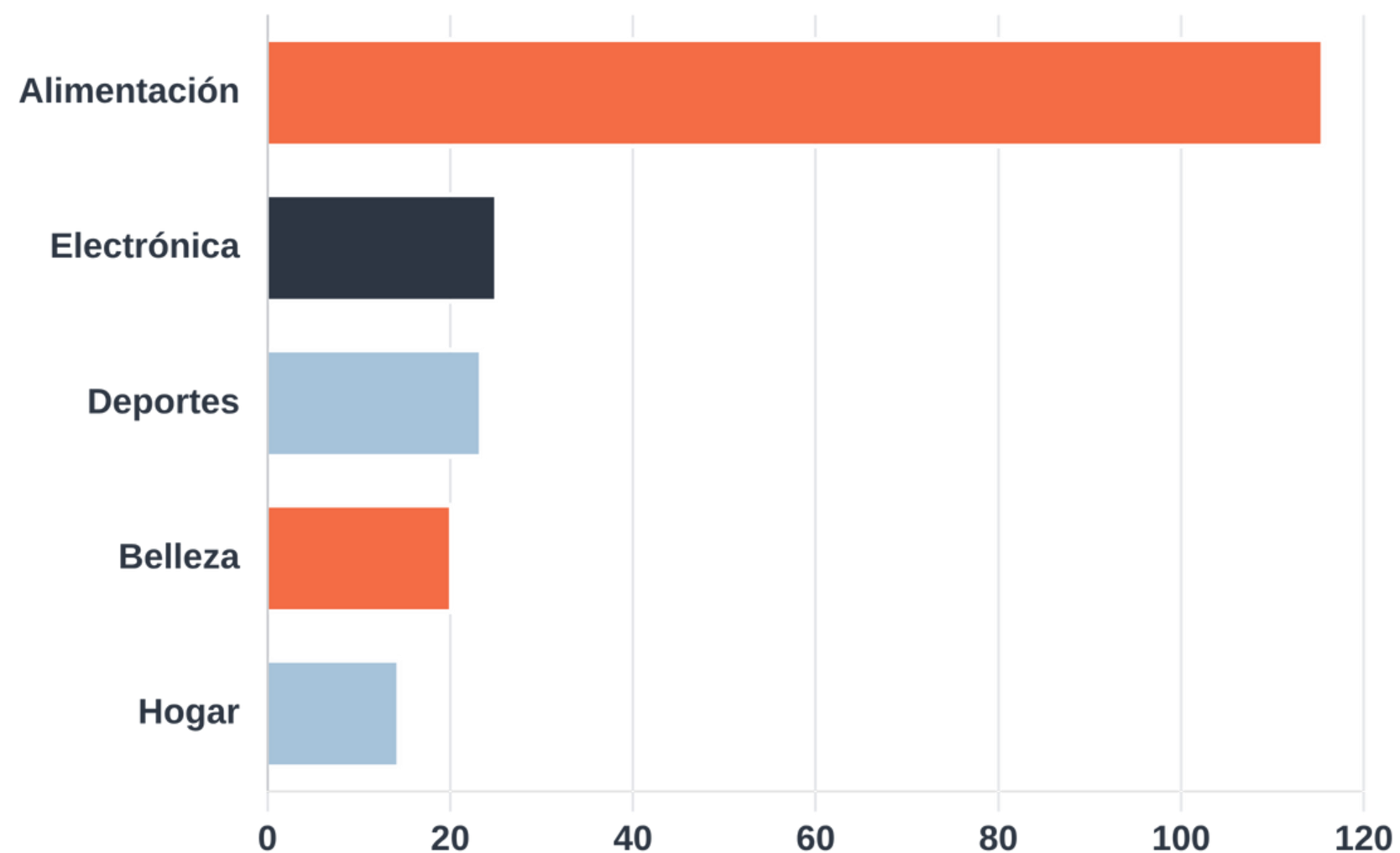
REETMG
RETAIL MEDIA OPTIMIZATION

Tangity
part of NTT DATA

Webloyalty

utiQ

Distribución por Sector



Retailers Tradicionales por sector (215,8M€)

Alimentación

57,9%

131 M€

Electrónica

12,7%

25,6 M€

Deportes

11,9%

23,9 M€



Belleza

20,6 M€

10,2%



Hogar

14,8 M€

7,3%



Concentración sectorial:

Los top 3 verticales (Alimentación, Electrónica, Deportes) representan el 82,5% del mercado de retailers tradicionales

PATROCINAN

dentsu

HAVAS Market
e-commerce from Havas

REETMG
RETAIL MEDIA OPTIMIZATION

Tangity
part of NTT DATA

Webloyalty

utiQ

 Transformación acelerada:

El canal instore evoluciona hacia la digitalización a escala,
con DOOH creciendo 3x más rápido que PLV tradicional

 Crecimiento DOOH España

+35%

Crecimiento anual DOOH 2024

Según IAB Spain

Pantallas retail 2025:

+50.000

Nuevas instalaciones previstas

Inversión DOOH retail:

180 M€

Estimación mercado español 2025

 Drivers de Crecimiento

- **Medición avanzada:** Attribution y métricas en tiempo real
- **Programmatic DOOH:** Compra automatizada y targeting
- **Experiencia omnicanal:** Integración digital-física

 Proyección 2025-2026

DOOH retail:

+45%

PLV tradicional:

-15%

 Fuentes y cálculos:

• Resultados Estudio de Inversión Retail Media en España 2024, The New Retail News, Jun 2025 | IAB Spain. (2024). Digital Out of Home Report 2024. <https://iabspain.es/estudio/estudio-digital-out-of-home-2024/> | Scala. (2024). Digital Signage Market Report Europe 2024. <https://www.scala.com/resources/digital-signage-market-report-2024/>

PATROCINAN

dentsu

HAVAS Market
e-commerce from Havas

REETMG
RETAIL MEDIA OPTIMIZATION

Tangity
part of NTT DATA

 **Webloyalty**

utiQ

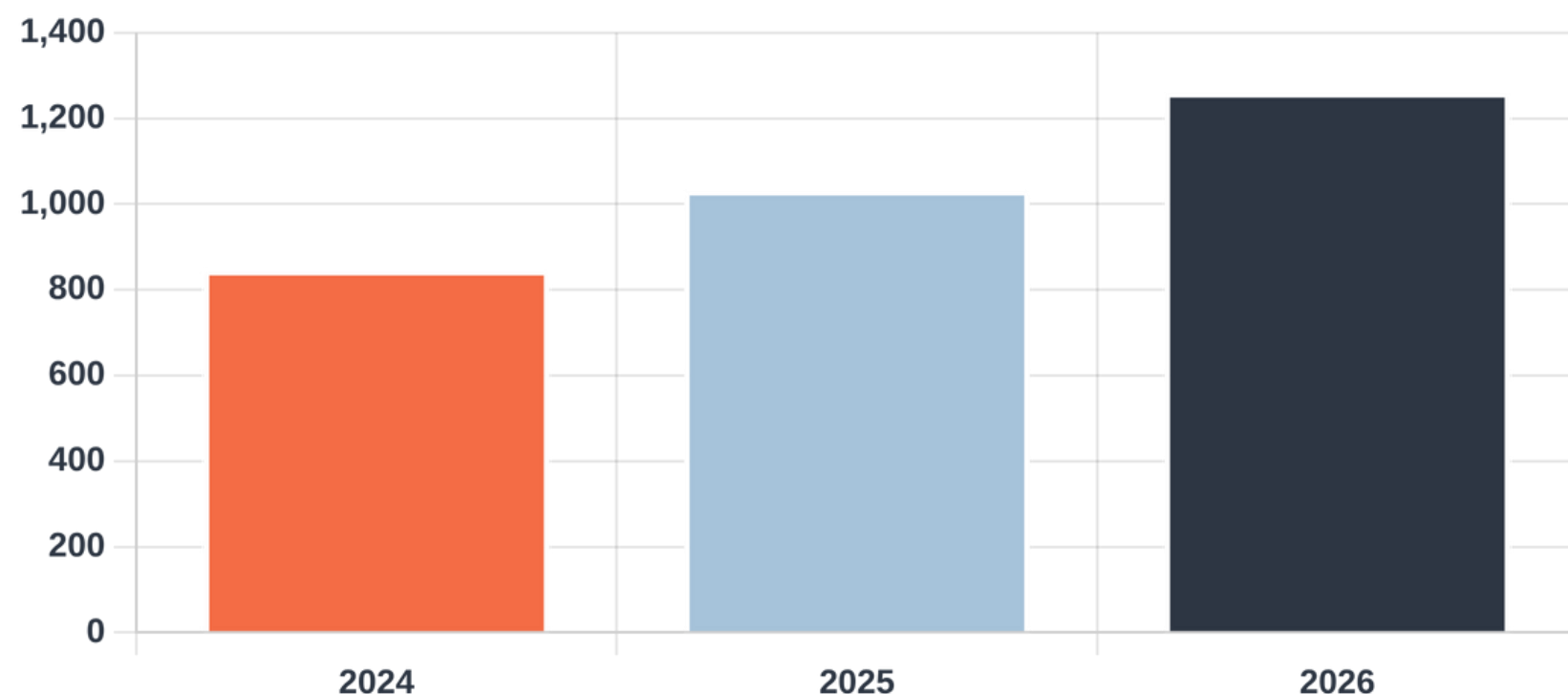
Proyecciones por vertical y drivers de crecimiento

Proyección General

+22%

CAGR 2024-2026

Mercado total: 1.280 M€ en 2026



Drivers clave:

Digitalización instore (+45% DOOH), programmatic buying, medición avanzada y expansión de Pure Online Players



Belleza

+30%

Digitalización acelerada y omnicanalidad



Deportes

+25%

Eventos deportivos y lifestyle trends



Hogar

+20%

DIY, sostenibilidad y smart home



Electrónica

+15%

Gaming & tech



Alimentación

+8%

Mercado maduro

PATROCINAN

dentsu

HAVAS Market
e-commerce from Havas

REETMG
RETAIL MEDIA OPTIMIZATION

Tangity
part of NTT DATA

Webloyalty

utiq

Síntesis de hallazgos clave y estrategias futuras

Hallazgos Clave

- Mercado 872,8 M€ con crecimiento +17,6%
- Instore único: 53,3% en retailers tradicionales
- Concentración: Top 3 verticales = 82,5%
- Digitalización acelerada del canal físico

Recomendaciones

- Invertir en medición y atribución avanzada
- Priorizar DOOH en estrategia instore
- Desarrollar capacidades programmatic
- Estandarizar reporting cross-channel

Proyección 2026

1.280 M€

+22% CAGR

DOOH +45%, Belleza +30%, Deportes +25%

Oportunidades

- Verticales emergentes: Belleza y Deportes
- Integración omnicanal física-digital
- Ecosistema de partners especializados

El futuro del retail media español:

Un mercado en transformación
con oportunidades únicas en el canal instore y crecimiento acelerado en verticales especializados

PATROCINAN

dentsu

HAVAS Market
e-commerce from Havas

REETMG
RETAIL MEDIA OPTIMIZATION

Tangity
part of NTT DATA

 **Webloyalty**

utiQ