

Más

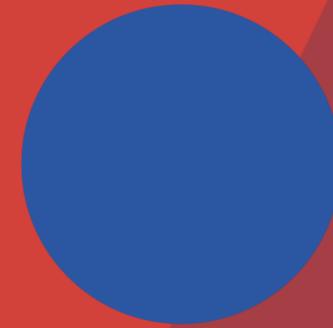
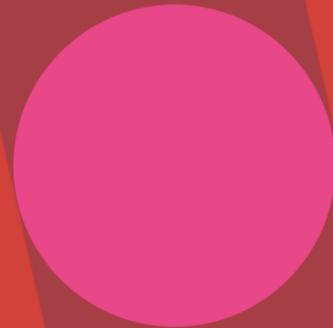


Mejor



# Mediaset





**Mejor  
contexto**

# El consumidor se muestra más optimista

65%

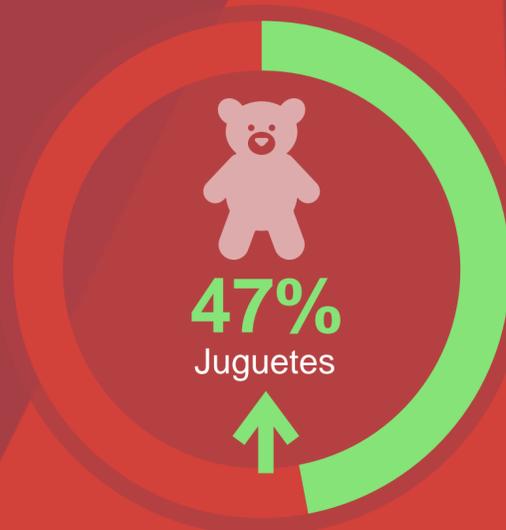
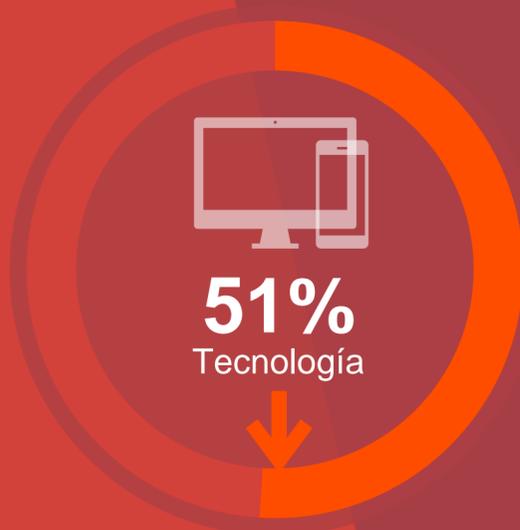
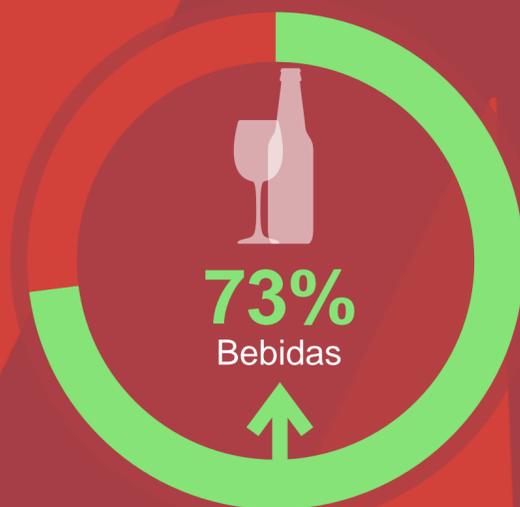
de los encuestados opinan que **en primavera tendremos una vuelta gradual hacia la normalidad**

**+25,1%** vs ola 18-24 Enero'21



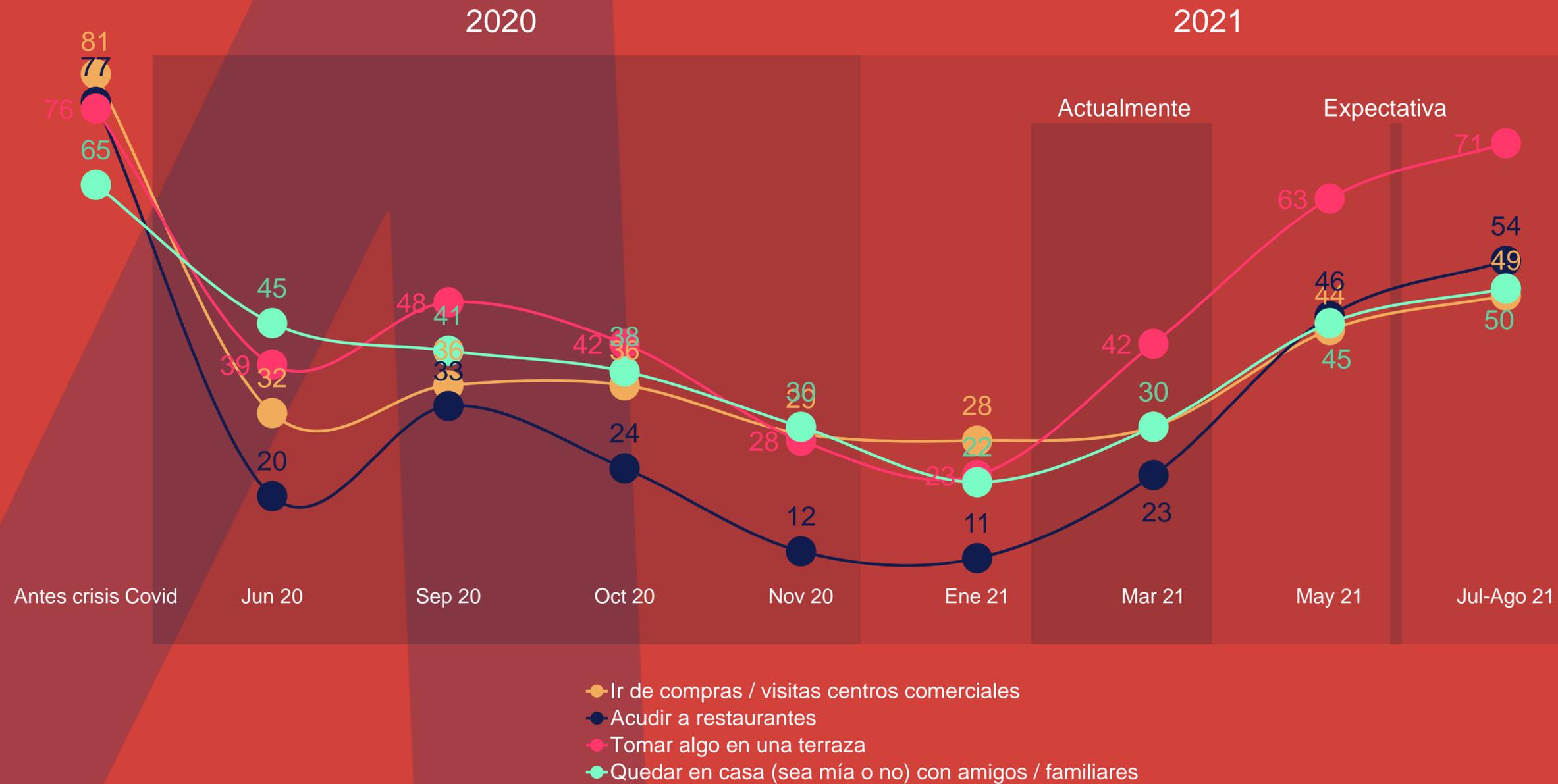
# ● Intención de compra

¿Qué productos tienes intención de comprar en los próximos meses?



# ● Intención de ocio

La **expectativa** de recuperación de hábitos de ocio es **positiva a lo largo de 2021**, volviendo a situarnos en datos de verano 2020.



Pensando en tus hábitos, ¿Cuál/es de ellos realizas actualmente, marzo 2021? ¿Cuál/es de ellas crees que harás en mayo 2021?  
 ¿Y cuál/es de ellas crees que harás en julio-agosto (verano) de 2021? N (Total): 602. Fecha del campo: 8 y 10 de marzo 2021.



# ● Con el deseo y las “ganas de”

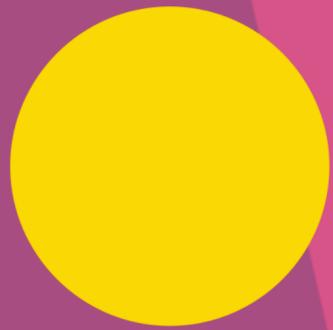
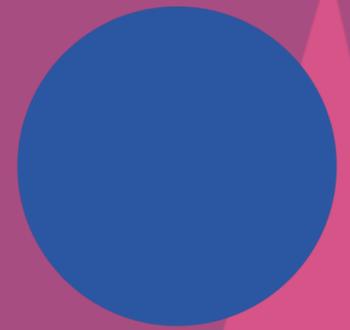
Esas actividades con las que los consumidores sueñan y anhelan retomar retomar con normalidad...

## LE GUSTARÍA RETOMAR



De las siguientes actividades, ¿cuáles son las que más te gustaría retomar con total normalidad (sin ningún tipo de restricción)? N (Total): 602. Fecha del campo: 8 y 10 de marzo 2021.





Más

Publicidad

# ● MÁS MARCAS, MÁS PRESIÓN

Una vez superada la tercera Ola, la publicidad vuelve a recuperarse



**+14,1%**  
**GRPs20**

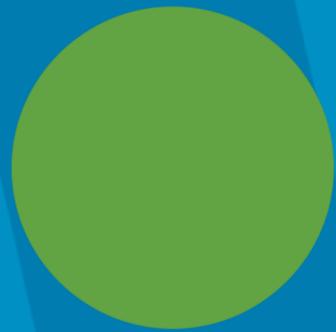
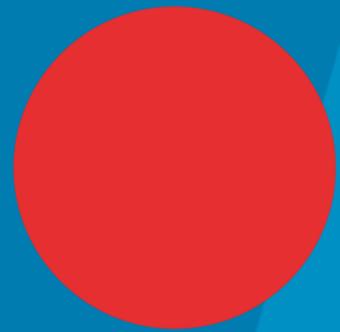
**+11,5%**  
**Campañas**

**+8%**  
**Anunciantes**

**+3,4%**  
**Campañas**

**+2%**  
**Anunciantes**

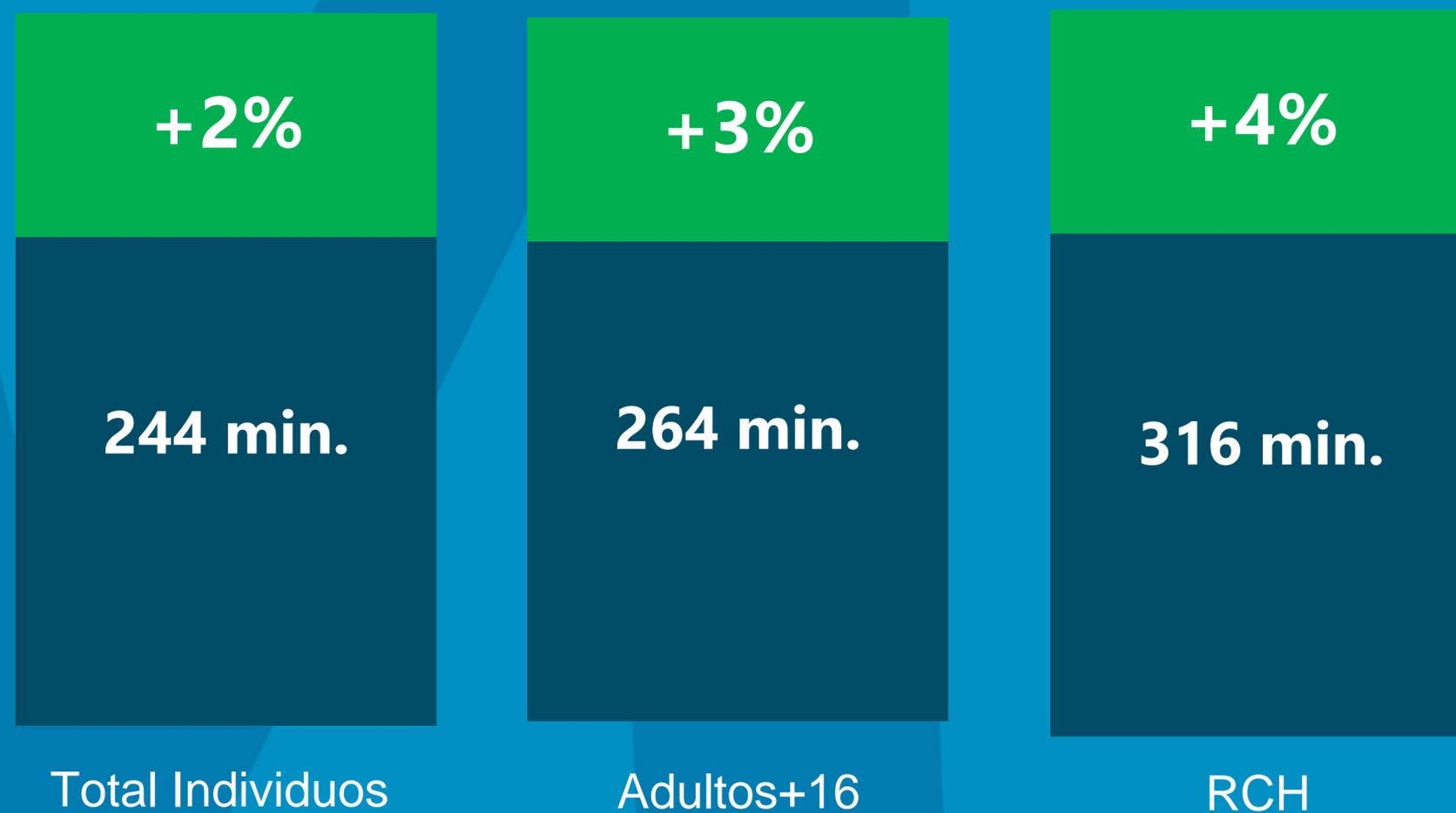




# Más Televisión

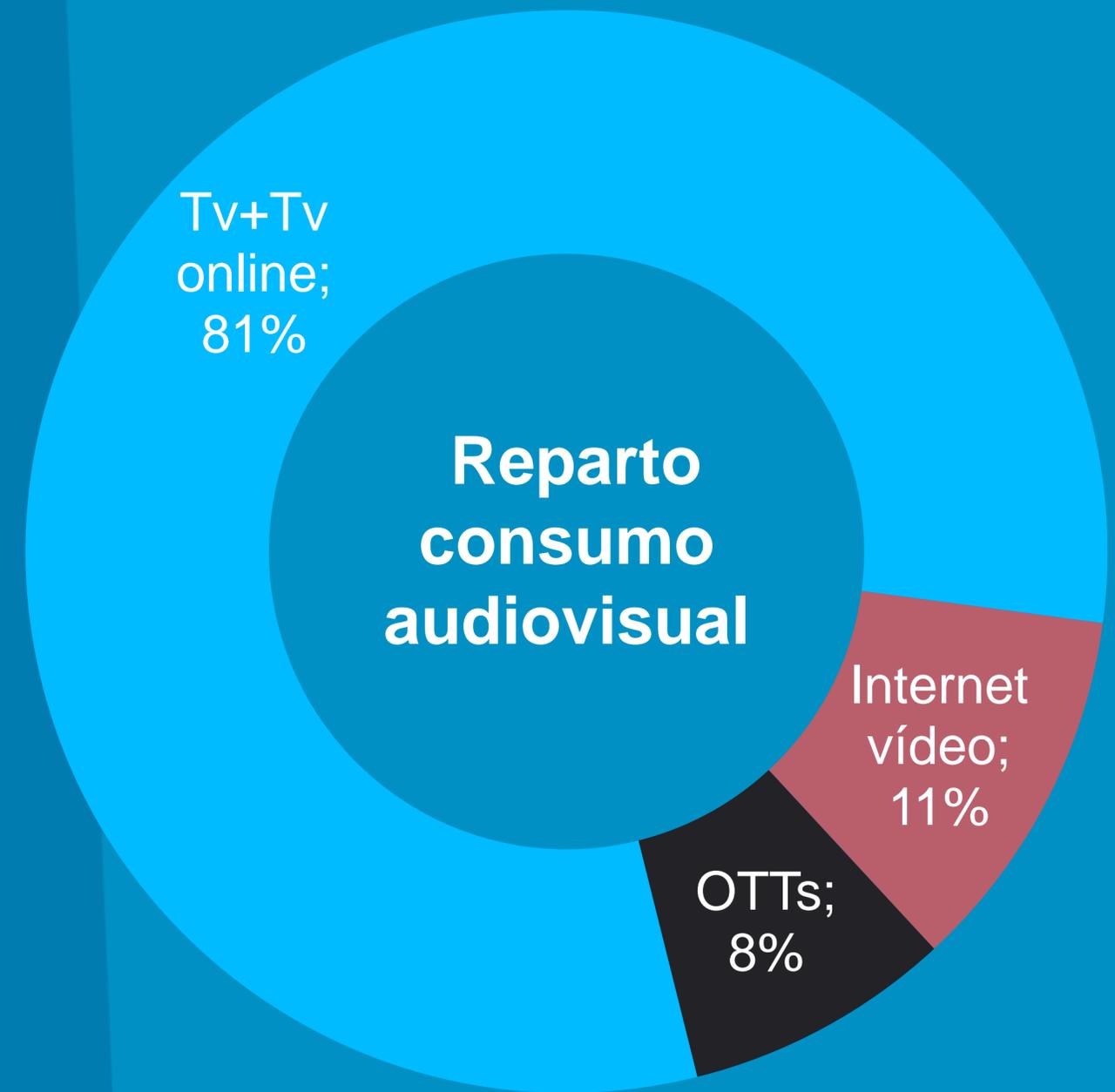
# ● Consumo televisivo

El consumo televisivo supera los niveles de 2019.



Fuente: Kantar media. Consumo minutos Lineal + Diferido. (1T2021 vs. 1T2019)

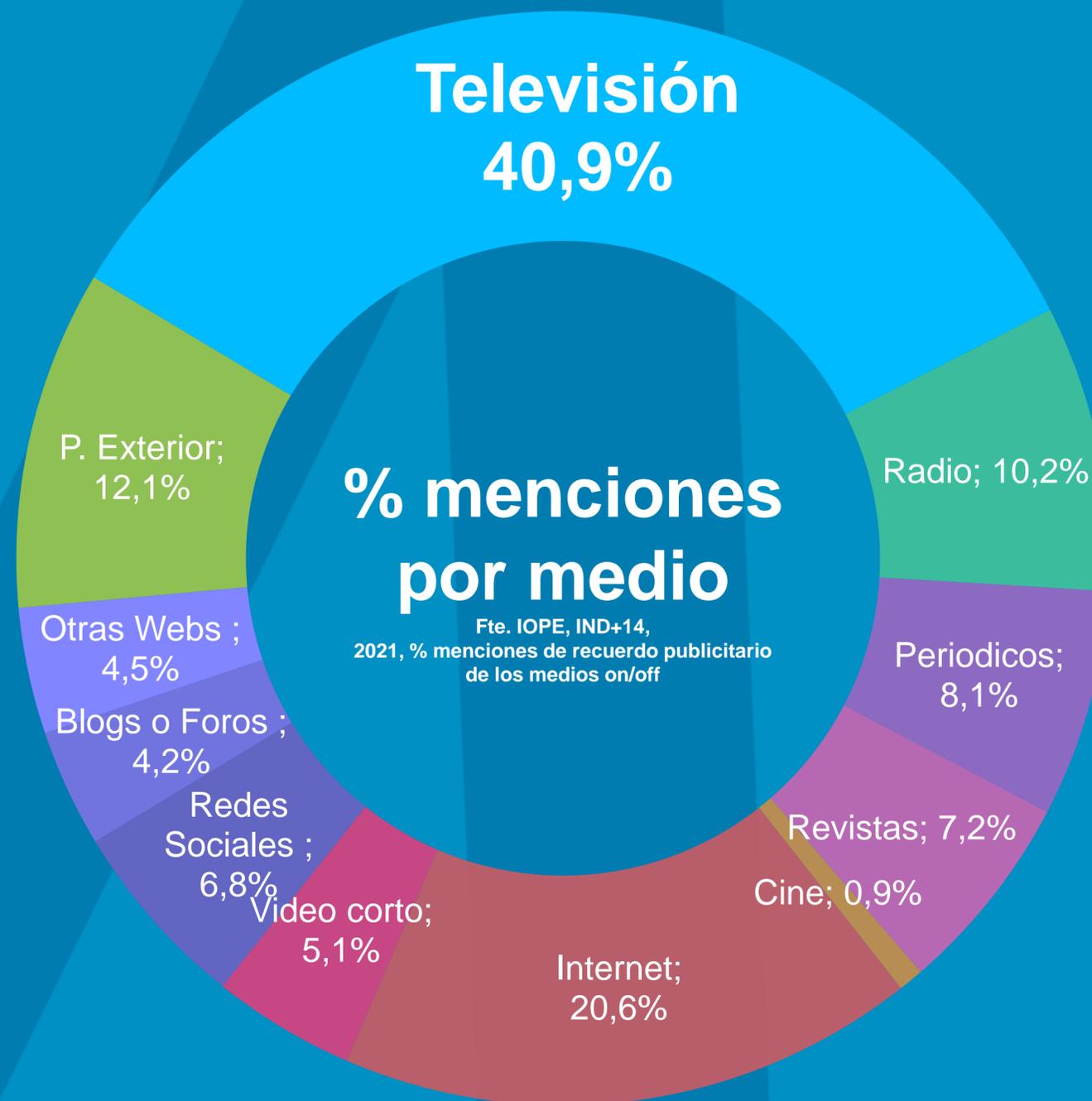
# El consumo de vídeo Televisivo off-line y digital supone el 81% del consumo audiovisual



Fuente: Kantar media Datos TV y OTTs. ComScore datos TV online e Internet. Febrero 2021

# ● Notoriedad de medios

En el mes de Marzo la Televisión lineal y digital rompe records



Fuente: IOPE. Marzo 2021



# ● La TV gana eficacia y Mediaset bate a Atresmedia gracias a su modelo de empaginación



El recuerdo publicitario sigue creciendo en el medio televisión.



Los bloques < de 6 minutos siguen generando mas recuerdo publicitario en TV.



Índice recuerdo medio Day + Prime Mediaset vs Atresmedia

# Más Mediaset



El mejor producto en el trimestre más importante



Sólo en Mediaset España

